
KOREA
Harper's
BAZAAR
NOVEMBER 2025
NINGNING


CHANEL




CHANEL




Alhambra, celebrating luck since 1968
Van Cleef & Arpels
Haute Joaillerie, place Vendôme since 1906
vancleefarpels.com
1877-4128


Alhambra
Reversible ring



PRADA.COM


PRADA
FINE JEWELRY
COULEUR VIVANTE


Hermès, drawing on your mind


HERMÈS
PARIS


LOEWE
loewe.com





EDITOR'S *NOTE*

지난 추석 연휴 내내 파리에 머물렀습니다. 2026 S/S 파리 패션위크 기간이었기 때문인데요. 이즈음이면 전 세계 패션계의 이목이 파리로 기울기 마련인데, 이번에는 더욱 그러했습니다. 조너선 앤더슨의 디올, 잭 맥컬로 & 라자로 에르난데스의 로에베, 글렌 마르텐스의 메종 마르지엘라, 피에르파올로 피치올리의 발렌시아가, 마티유 블라지의 샤넬 등 파리의 주요 패션 하우스들이 대거 CD를 교체한 첫 시즌이었기에. 역시 기대를 저버리지 않는 생생한 신들을 목도하니 피가 끓는 것 같았습니다. 평소 애정해 마지않는 디자이너 피에르파올로 피치올리는 발렌시아가에서의 첫 쇼를 앞두고 이렇게 말했는데요. "당장 큰 변화가 아닌, 앞서 브랜드를 거친 이들을 존중하며 서서히 변화를 보이겠다." 아니나 다를까. 그는 창립자인 크리스토벌 발렌시아가, 니콜라 제스키에르, 알렉산더 왕, 뎀나까지 역대 CD들의 아카이브를 모조리 재해석했더군요. 그리고 자신의 스타일 역시 확고히 불어넣었음은 물론! 피날레에서 기립박수를 받은 그의 환하고 자신감 넘치는 미소를 아마 잊을 수 없을 것 같아요. 샤넬 역시 새 시대를 맞이했습니다. "샤넬은 사랑에 관한 이야기다. 패션에서 모더니티의 탄생은 하나의 사랑 이야기에서 비롯한다"라고 쇼 노트에 적어 내려간 마티유는 우주 베뉴처럼 샤넬 하우스에 새로운 유니버스를 활짝 열었습니다. 그랑 팔레를 가득 채운 긴장감 속에 등장한 오프닝 룩부터 파격이었죠. 어? 아! 와! 완전한 뉴 샤넬의 탄생! 마티유의 자신감 넘치는 용기와 도전 정신에 쇼를 보는 내내 마음 속에서 박수를 치고 있었습니다. 그리고 다시 한 번 깨달았죠. 변화는 두려운 것이 아닌 이토록 설레고 아름다운 모험이라는 사실을 말입니다.

Editor-in-Chief 황인애



KOREA Harper's BAZAAR
NOVEMBER 2025 ISSUE

FASHION

홀스빗 버클이 아이코닉한 '시에나' 백은 Gucci.









ON THE COVER

스트레이 키즈(Stray Kids) 리노(Lee Know)가 착용한 의상과 액세서리는 모두 Gucci.

에디터/ 이진선
포토그래퍼/ 박종하(Park Jongha)
헤어/ 최보라
메이크업/ 전지원
스타일리스트/ 서수명, 정미경
프롭 스타일리스트/ 유혜원(BLANK)
어시스턴트/ 김진우
디자인/ 한상영

사진/ 정원영


DAMIANI
I.N wears the Belle Époque Collection
Handmade in Italy since 1924

CONTENTS



ON THE COVER

에스파(Aespa) 닝닝(NingNing)이 착용한
의상과 액세서리는 모두 Gucci.

에디터/ 윤혜영
포토그래퍼/ 윤송이(Yoon Songyi)
헤어/ 윤서하
메이크업/ 조은비
스타일리스트/ 임진
프롭 스타일리스트/ 권도형(Ondoh)
네일/ 김수지
어시스턴트/ 김진우
디자인/ 한상영



BEAUTY

FEATURE

골드 메탈 소재 '구찌 스타파' 체인 네크리스는 Gucci.

사진/ 정원영 디자인/ 진문주


RIMOWA

KOREA Harper's BAZAAR
하퍼스 바자 한국판 2025년 11월호


DIDIER DUBOT
WITH @ GO YOUN JUNG
@ FALL WINTER 2025_ ART OF LIVING
DIDIER DUBOT.CO.KR 080-350-0368

KOREA Harper's BAZAAR
하퍼스 바자 한국판 2025년11월호

발행처: 허스트중앙(유) HEARST_JOONGANG / 서울특별시 강남구 도산대로 156
광고 및 편집 문의: park.sungwoo@hll.kr / 판매 문의: hearstjoongang_privacy@hll.kr
인쇄: 엠프린트 / 맥 출력 시스템: 덕일칼라


DASHU
FLAT
틸팅 쿠션으로 모발 손상 최소화하여
C컬, S컬부터 스트레이트까지 연출
BRUSH
22개 브러쉬로 잔머리 눌러주고
앞머리 뿌리 볼륨까지 연출
easy slim styler
다슈 데일리 이지 슬림 스타일러
플랫 & 브러쉬
듀얼 고데기
옆머리
완벽 다운
뿌리볼륨
UP 최적화
모발 손상
방지 열판

The BAZAAR

완벽하지 않은 가구



가에타노 페세의 디자인은 원하든, 원치 않든 각인된다. 취재를 위해 논현동 가구숍에 들를 때마다, 수많은 가구를 둘러보고 나서 기억에 남는 건 늘 'Up5-6'였다. 그 풍성한 원형의 곡선을 보면 쉽게 잊을 수 없는 것이다. 수년 전 밀라노 한 백화점에서 피시 디자인의 화병을 봤을 때도 마찬가지였다. 새의 발 같은 축 세 개를 중심으로 레진을 던져 붙인 듯 분방하게 완성된 '레몬 스페셜 베셀'의 자태는 미지의 크리처 같았다. 분명 나는 군더더기 없는 모더니즘 디자인을 좋아하는데. 특별함은 표식처럼 새겨지는 법이란 걸 그때 알았다. 이후 보테가 베네타의 2023 S/S 컬렉션 쇼를 400개의 다른 의자로 채운 광경은 또 얼마나 산뜻했던가.

통일된 스타일에 대한 거부, 반복을 재앙이라 여길 만큼 완강히 새로움을 추구한 디자이너. 지난해 84세의 나이로 작고한 거장의 회고전이 국내에서 처음으로 열리고 있다. 테이블, 체어, 캐비닛 등 총 60여 점의 작품이 전시된다. 세상에 단 하나만 존재하는 디자인을 표방한 'Nobody's Perfect' 시리즈는 완전함과 불완전함 사이 아름다움은 어떻게 자리할 수 있는지를 선명히 보여준다. 아무래도 화병을 직구해야 할 것 같다. **에디터/ 안서경**

※ 가에타노 페세 회고전 ≪Different is Beautiful≫은 양평 이함캠퍼스에서 2026년 9월 27일까지 열린다.

<Nobody's Perfect Table>

사진/ 이함캠퍼스

복슬복슬 포근포근

늘 그렇듯 불쑥 찾아온 추위에 월동 준비를 하러 나섰다. 최근 몇 년간 '시베리아급' 극심한 한파가 몰아치지 않았던가. 겨울마다 "추워 죽겠다"를 달고 사는 나로선 코트 아니, 패딩만으론 버틸 수 없다! 이럴 때일수록 각양각색의 윈터 액세서리가 필요한 법. 특히 어그 부츠는 겨울마다 애정하기 그지없는 아이템으로, 유니폼처럼 매일 신고 다닐 정도다. 하지만 이것도 한두 해지, 슬슬 지겨워질 무렵 새로운 아이템을 찾았다. 바로 어그와 앰부쉬의 두 번째 협업 컬렉션. 퍼의 풍성한 텍스처는 어떤 추위도 이겨낼 것 같고, 특히 내가 사랑하는 힐이 더해지니 금상첨화다. **에디터/ 윤혜영**

벌키한 퍼 텍스처가 돋보이는 부츠는 가격 미정 Ugg×Ambush.



사진/ 김래영 어시스턴트/ 안연우

TOO CUTE TO RESIST

온 나라가 온통 귀여움에 빠진 것 같다. ‘키링 많이 걸기’ 대회라도 열린 듯 가방에는 주렁주렁 장식을 달고 신꾸, 텀꾸, 폰꾸까지 ‘별다꾸’ 세상이다. 결론은? 역시 귀여운 건 답이 없다. 그렇게 모두가 답 없는 미로에 빠져서일까. 뷰티 브랜드가 본격적으로 더 귀여워질 결심을 한 듯하다. 캐릭터 화장품쯤은 15년 차 에디터에게 큰 유혹이 아니었지만, 이런 귀여운 키링 인형이라니. 이건 모두 입양해 어디든 걸어두고, 잘 키워보고 싶다. 에디터가 ‘텅장’으로 낳을 (예비) 사남매를 소개하자면? **에디터/ 정혜미**



그로밋
숨37° 마이크로액티브 리페어 세럼 100ml 세트. 백화점, 면세점 단독.



둡희
라보에이치 두피 강화 샴푸 구매 시 랜덤 증정. 올리브영 단독.



죠
에스쁘아 플럼피즈 볼륨 밤 로지라이츠 컬러 세트. 올리브영 단독.



아망이
록시땅 아몬드 샤워 오일 기프트 세트. 카카오톡 선물하기 단독.

사진/ 정원영 어시스턴트/ 장서진

매거진을 업으로 삼기 시작할 무렵 시작된 인연으로 서로의 일과 작업에 대해 응원하고 지지하는 사이인 제이백 쿠튀르(Jaybaek Couture)의 디자이너 백지훈. 수트 장인이자 방탄소년단 뷔, 아이브, 박보검 등 수많은 K팝 스타들의 레드 카펫을 책임져온 그가 새로운 컬렉션을 공개했다. 지난 2023년, 브랜드 10주년 기념 컬렉션 이후 오랜만에 선보이는 정규 컬렉션이라 반갑기 그지없다. 더욱 정교해진 테일러링 팬츠와 스커트수트부터 묵직한 존재감의 1980년대풍 바이커 재킷, 레오퍼드 프린트 그리고 브랜드의 시그너처인 프린지와 퀼팅 디테일이 가미된 룩까지. 특히 이번 컬렉션은 재킷, 크롭트 톱, 타이, 장갑 등으로 연출한 독특한 스타일링이 눈길을 끈다. 올겨울, 에디터는 오버사이즈 바이커 재킷에 와이드 팬츠를 연출해볼 예정. 제이백 쿠튀르는 전화 예약 후 쇼룸으로 방문해 맞춤 제작을 진행하거나 홈페이지에서 구매 가능하다. **에디터/ 서동범**

START OVER



Jaybaek Couture 2025-2026 F/W



사진/ © Jaybaek Couture

THE ONLY HOLIDAY

홀리데이 에디션은 화려한 패키지로 보는 재미를 선사해 매년 소개할 때마다 설렘을 준다. 하지만 대부분의 매거진이 비슷한 아이템을 다루는 만큼 더 까다롭게 제품을 선정해야 하는 주제이기도 하다. 올해는 조금 특별한 기준을 세워보았다. 홀리데이 컬렉션으로만 만날 수 있는 한정판 신제품과 컬러만을 엄선한 것. 가장 먼저 시선을 사로잡은 건 샹테카이의 첫 리퀴드 아이섀도. 메탈릭한 제형이 쉽게 지워지지 않아 올 나이트 파티에 제격이다. 어느 각도에서도 반짝임이 돋보이는 디올 '포에버 글로우 맥시마이저'는 눈처럼 하얀 컬러를 새롭게 선보였다. 청순하고 신비로운 무드가 취향 저격이라 바로 볼 위에 얹었다. 맥은 이번 시즌 민트에 빠졌다. '립글라스 에어 논-스틱 글로스' 힌트 오브 민트는 맥에서 새롭게 선보이는 컬러. 흔치 않은 블루 스파클이 쿨톤과 찰떡이다. 입생로랑 '러브샤인 캔디 글레이즈 글로스 밤'도 처음 경험하는 텍스처로 시럽 위에 골드 파우더를 뿌린 듯 입술을 코팅한다. **에디터/ 박경미**

1 Nars 2025 대즐링 홀리데이 컬렉션 아우라 일루미네이팅 페이스 & 바디 파우더, 스카이 로켓 7만8천원. **2 Dior** 2025 홀리데이 메이크업 컬렉션 포에버 글로우 맥시마이저, #001 아브라카다디올 9만6천원. **3 Charlotte Tilbury** 2025 홀리데이 리미티드 할리우드 인스턴트 룩 인 어 팔레트, 프리티 글로잉 뷰티 10만4천원대. **4 Ysl Beauty** 2025 홀리데이 컬렉션 러브샤인 캔디 글레이즈 글로스 밤, 21 쉬머 누드 5만5천원대. **5 Chantecaille** 에끌라 크리스탈린 컬렉션 아이 루미에르 리퀴드 아이섀도우, 튤 7만6천원대. **6 Mac** 2025 홀리데이 컬렉션 립글라스 에어 논-스틱 글로스, 힌트 오브 민트 3만8천원.



사진/ 김래영 어시스턴트/ 장서진

VROOM VROOM



한동안 잠잠했던 소비 욕구가 다시금 피어올랐다. 지난 10월 6일, 맥퀸의 2026 S/S 컬렉션에 다채롭게 등장한 '만타(Manta)' 백을 발견한 순간부터였다. 입술인지, 엉덩이인지 모를 묘한 곡선 실루엣, 양쪽 모서리가 덮인 독특한 디테일, 기다란 톱 핸들까지. 가방으로 스타일을 완성하는 에디터의 취향을 완벽히 저격해 버렸다. 하우스의 아카이브를 현대적으로 재해석하는 데 능한 크리에이티브 디렉터 션 맥기르는 바다 생물의 유연하고 날개 같은 형태에서 영감을 받아 완성된 '드 만타(De Manta)' 클러치에서 '만타' 백에 대한 힌트를 얻었다고 전했다. 펑크와 고딕적인 요소를 담은 코르셋 레이스와 프린지, 불꽃 장식 등으로 맥퀸에 영한 에너지를 불어넣은 점도 돋보인다. 오는 11월에 출시될 예정이라고. **에디터/ 김경후**

가오리를 형상화한 '만타' 백, 해골 모티프 인형 참은 가격 미정 McQueen.

사진/ 신선혜



Meryll Rogge 2026 S/S

FREEDOM, REWRITTEN

2026 S/S 파리 패션위크 스케줄의 마지막을 장식한 메릴 로게 쇼. 첫 룩이 등장하자마자 알 수 있었다. 그녀가 이미 '다음'을 향해 있다는 걸. 지난 7월 마르니의 새 크리에이티브 디렉터로 확정된 그녀는 이번 런웨이에서 앞으로의 방향을 '은근히' 예고했다. 꽃을 들고 걷는 모델들, 비대칭 실루엣, 경쾌한 컬러 블록. 즉흥적인 듯 보이지만 정교하게 계산된 자유로움. 옷은 장난스럽고도 진지했다. 레이어드하며 생겨난 비틀린 리듬이 마르니의 낙천적 DNA와 묘하게 닮아 있었다. 쇼가 끝난 뒤에도 마음 한편이 들떴다. 다음 시즌, 밀라노 런웨이에서 피어날 메릴 로게의 마르니가 꽤 근사할 것이라는 기대감. 핫핑크 컬러 쇼 노트를 접지도 못하고 끝내 집까지 빳빳하게 들고 간 파리 통신원의 마음도 나와 같았겠지. 에디터/ 윤혜연

사진/ Getty Images 디자인/ 진문주


KOREA
Harper's
BAZAAR
NOVEMBER 2025
하 1023
사진/ 윤송이

KOREA Harper's BAZAAR


KOREA
Harper's
BAZAAR
NOVEMBER 2025
사진/ 박종하

KOREA Harper's BAZAAR

WATCH & JEWELRY

BAZAAR



18K 화이트 골드에 아코야 진주를 세팅한 '데인저 트라이브' 이어링, 레이어드한 '데인저 플러스 다이아몬드 파베' 네크리스, 화이트·옐로 골드 '데인저 시그니처' 링은 모두 Tasaki.

셔츠는 Vanessa Bruno. 레이어드한 톱은 Nana Jacqueline.

TEA, TIME & TREASURE

고요하게 존재감을 드러내는 타사키 진주 주얼리와 달콤한 디저트가 공존하는 있지(Itzy)의 애프터눈 티타임.

Photographer Go Wontae
Freelance Editor Kim Jiwon

다이아몬드를 세팅한 18K
사쿠라골드™ 꽃 모티프와 아코야
진주가 조화로운 '찬트 시그니처'
네크리스, 진주를 세팅한 꽃 두
송이가 손가락을 감싸는 '찬트
듀오' 링은 Tasaki.

드레스는 Shushu/Tong.





아코야 진주 이어링, 심플한 디자인의 아코야 진주 네크리스, 레이어드한 ‘밸런스 네오 다이아몬드 파베 펜던트’ 네크리스, 오른손에 착용한 18K 사쿠라골드™ ‘밸런스 네오’ 링, 왼손에 착용한 화이트 골드 ‘밸런스 네오 다이아몬드 파베’ 링은 모두 Tasaki.

오프숄더 드레스는 스타일리스트 소장품.



‘찬트 시그니처’ 네크리스, 오른손의 꽃 세 송이가 핀 듯한 디자인의 ‘찬트 다이아몬드 파베’ 링, 왼손에 착용한 ‘찬트 듀오 다이아몬드 파베’ 링, 왼팔에 레이어드한 옐로 골드·사쿠라골드™·화이트 골드 ‘찬트’ 브레이슬릿은 모두 Tasaki.

예지가 이어커프로 착용한 '찬트
시그니처' 이어링, 사쿠라골드™
'찬트' 이어링, 진주 세 개를 나란히
세팅한 '밸런스 네오 다이아몬드
파베 펜던트' 네크리스,
사쿠라골드™ '찬트 듀오' 링은 모두
Tasaki. 유나가 착용한 플라워
모티프 '찬트 다이아몬드 파베'
네크리스, '찬트 듀오 다이아몬드
파베' 링은 Tasaki.

예지가 착용한 블라우스는
Alessandra Rich. 유나가 착용한
톱은 스타일리스트 소장품.







채령이 착용한 사쿠라골드™·
옐로 골드 '찬트 펜던트' 네크리스,
검지의 '찬트 듀오' 링, 약지의 '찬트
다이아몬드 파베' 링은 모두
Tasaki. 리아가 착용한 '밸런스
네오 다이아몬드 파베' 이어링,
'찬트 시그니처' 네크리스는
Tasaki. 류진이 착용한
사쿠라골드™ '찬트 시그니처 라지'
이어링은 Tasaki.

채령이 착용한 드레스는 Self-
Portrait. 리아가 착용한 오프숄더
톱은 Thetis. 류진이 착용한
드레스는 스타일리스트 소장품.



레이어드한 사쿠라골드™
'찬트 시그니처' 링, 화이트 골드
'찬트 시그니처 다이아몬드 파베'
링', '찬트 펜던트' 네크리스,
'찬트 시그니처 다이아몬드 파베'
네크리스는 모두 Tasaki.

니트 톱, 셔츠는 Ych.

예지가 착용한 '찬트' 이어링,
오른손의 '찬트 다이아몬드 파베'
링, 왼손 검지의 '찬트 듀오
다이아몬드 파베' 링, 약지의 '찬트
듀오' 링은 모두 Tasaki. 채령이
착용한 심플한 '남양 진주' 이어링,
'찬트 다이아몬드 파베' 네크리스는
Tasaki. 유나가 두 줄로 연출한
'찬트 시그니처' 네크리스, '찬트
시그니처' 링은 Tasaki. 류진이
착용한 '찬트 시그니처' 이어링,
짧게 한 줄로 연출한 '찬트
시그니처' 네크리스, 레이어드한
사쿠라골드™ '찬트 시그니처'
네크리스는 모두 Tasaki. 리아가
착용한 '찬트 시그니처 다이아몬드
파베' 네크리스, '찬트'
브레이슬릿은 Tasaki.

예지가 착용한 드레스는 Kilo.
채령이 착용한 드레스는
스타일리스트 소장품. 유나가
착용한 드레스는 Shushu/Tong.
류진이 착용한 톱, 드레스는
Shushu/tong. 리아가 착용한
드레스는 Shushu/tong.

※ 화보에 촬영된 제품은
모두 가격 미정.

헤어/ 김현미
메이크업/ 이유라
스타일리스트/ 문윤정
프롭 스타일리스트/ 김도연
네일/ 김수지
어시스턴트/ 원희정, 김진우
디자인/ 이예슬





18K 로즈 골드에 다이아몬드 론델을 장식한 '파노라마' 링, 블랙 다이아몬드 론델의 '파노라마' 브레이슬릿, 우아한 '아리아' 네크리스는 모두 Fope.

슬리브리스 톱은 스타일리스트 소장품.



ELEGY IN GOLD

18K 옐로 골드에 다이아몬드 론델을 세팅한 '방돔' 네크리스, 왼팔에 착용한 '투-로우 에카' 브레이슬릿, 왼손 검지의 '방돔' 링, 오른손 검지의 화이트 다이아몬드 세팅 '소울' 링, 오른팔의 블랙 다이아몬드 파베 세팅 론델의 '에카' 브레이슬릿, 다이아몬드 파베 세팅 펜던트 '에카' 브레이슬릿은 모두 Fope.

레더 재킷은 Ernest W. Baker by 10 Corso Como Seoul. 데님 팬츠는 스타일리스트 소장품.

특별한 잠금 장치 없이도 유연하게 흐르는 포페 주얼리. 날카롭고도 매혹적인 세공의 힘이 이탈리아에서 건너와 배우 정건주에게 닿았다. 그 순간 발하는 관능적인 빛을 보라.

Photographer Jang Dukhwa
Editor Yoon Hyeyeon



18K 화이트 골드에 블랙
다이아몬드 세팅 론델을 더한
'프리마' 네크리스, 왼손 검지의
블랙 다이아몬드 세팅 '방돔' 링,
약지의 '솔로' 링, 왼팔에 착용한
화이트 다이아몬드 세팅 '에카'
브레이슬릿, 레이어드한 블랙
다이아몬드 세팅 '방돔' 브레이슬릿,
오른팔에 착용한 블랙 다이아몬드
세팅의 '에카' 브레이슬릿, 더블
론델의 '솔로' 브레이슬릿, 오른손
약지의 블루 사파이어 세팅 '버블링'
링, 소지의 블루 사파이어 장식
'소울' 링은 모두 Fope.

데님 재킷, 팬츠는
Dolce & Gabbana.



검지에 착용한 블랙 다이아몬드 세팅 론델의 '방돔' 링, 중지의 옐로 골드 '에센셜' 링, 레이어드한 로즈 골드 '에센셜' 링, 소지의 로즈·화이트 골드가 조화로운 '에센셜 바이컬러' 링은 모두 Fope.

셔츠는 Lemeteque.



(왼쪽부터) 블랙 다이아몬드 세팅 론델의 화이트 골드 '에카' 브레이슬릿, 로즈 골드 '솔로' 브레이슬릿, 더블 론델이 포인트인 '솔로' 브레이슬릿, 다이아몬드 세팅 론델의 '방돔' 브레이슬릿, 라운드 메시로 유연한 착용감을 배가한 '프리마' 브레이슬릿, 옐로·화이트 골드가 조화된 '파노라마 바이컬러' 브레이슬릿은 모두 Fope.

톱은 Noice.

(위부터) 화이트 골드 소재
‘아리아’ 네크리스, 입에 물고 있는
다이아몬드 세팅의 로즈 골드
‘아리아’ 롱 네크리스, 옐로 골드
‘아리아’ 롱 네크리스는 모두 Fope.

카디건은 Tod’s.





오른팔에 착용한 블랙 다이아몬드 포인트 '파노라마' 브레이슬릿, 다이아몬드를 파베 세팅한 슬라이더로 길이를 조절할 수 있는 '아리아' 네크리스, 왼손 검지의 '파노라마' 링, 왼팔에 착용한 다이아몬드 세팅 '에카' 브레이슬릿, 레이어드한 블랙 다이아몬드 포인트 '솔로' 브레이슬릿은 모두 Fope.

슬리브리스 톱은 스타일리스트 소장품.



오른손 약지의 블루 사파이어 세팅 '버블링' 링, 소지의 블루 사파이어 장식 '소울' 링, 오른팔에 착용한 더블 론델의 '솔로' 브레이슬릿, 레이어드한 블랙 다이아몬드가 돋보이는 '에카' 브레이슬릿, 왼손 검지의 블랙 다이아몬드 '방돔' 링, 약지의 '솔로' 링, 왼팔에 착용한 화이트 다이아몬드 세팅 '에카' 브레이슬릿, 그 아래 블랙 다이아몬드 세팅 '방돔' 브레이슬릿은 모두 Fope.

데님 재킷은 Dolce & Gabbana.

※ 화보에 촬영된 제품은 모두 가격 미정.

헤어/ 김정수
메이크업/ 미리
스타일리스트/ 이민규
어시스턴트/ 김가람
디자인/ 이예슬



Modern Reverie

빛과 서정을 머금고 피어난 고윤정이라는 아름다움. 디디에 두보가 그리는 현대적 몽상.

Photographer Ahn Jooyoung *Editor* Kim Jihu(Media Lab)

실버 소재의 '몽 파리' 레터링 이어링, 다이아몬드를 세팅한 '몽 파리' 롱 네크리스, 로즈 골드와 센슈얼 골드 펜던트 2개를 연결한 '몽 파리' 네크리스, 오른손 엄지의 다이아몬드를 세팅한 '몽 파리' 레터링 링, 검지의 골드 체인 링, 약지의 앤티크 도금한 '몽 파리' 루 드 디디 링, 브라운 다이아몬드 링, 블루 다이아몬드 링, 앤티크 도금의 '몽 파리' 루 드 디디 링, 왼손의 브라운 다이아몬드와 블루 다이아몬드를 장식한 웨이브 디자인 링은 모두 Didier Dubot.

블랙 톱은 Nana Jacqueline. 랩스커트는 Lagence. 스트랩 슈즈는 스타일리스트 소장품.



실버 소재의 '몽 파리' 레터링
이어링, 로즈 골드와 센슈얼 골드
펜던트 2개를 연결한 '몽 파리'
네크리스는 Didier Dubot.

블랙 톱은 Nana Jacqueline.



랩 다이아몬드를 세팅한 롱 드롭 이어링, 화이트 다이아몬드를 세팅한 '핸드크래프트 양귀비' 링, 다이아몬드 세팅의 센슈얼 골드 링, 랩 다이아몬드를 드롭 형태로 세팅한 링은 모두 Didier Dubot.

니트 드레스는 PH5.



다이아몬드를 세팅한 '셀렉시옹 디'
이어링, 오른손 검지와 약지에
착용한 '센슈얼' 링, 다이아몬드를
세팅한 '셀렉시옹 디' 브레이슬릿,
왼손 검지에 착용한 다이아몬드
장식의 '셀렉시옹 디' 링, 로즈 골드
소재의 '셀렉시옹 디' 링, 약지에
착용한 로즈 골드 링, 로즈 골드
소재의 '시그니처 디' 브레이슬릿은
모두 Didier Dubot.

튜브톱은 Jose Moon.



물결을 형상화한 곡선 형태의 로즈 골드에 화이트 사파이어, 블루 사파이어를 그러데이션으로 세팅한 '센슈얼' 이어링과 '센슈얼' 네크리스는 Didier Dubot.

드레스는 Khaite.

이니셜 D를 형상화한 '센슈얼' 이어링, 서로 다른 크기의 링크로 이루어진 '라 비 드 파리' 체인 네크리스, 다이아몬드를 세팅한 하트 셰이프 펜던트와 원석을 넣을 수 있는 로켓 펜던트를 함께 세팅한 '라 비 드 파리' 체인 네크리스는 모두 Didier Dubot.

튜브톱은 Jose Moon.







랩 다이아몬드 이어링, 랩 다이아몬드를 세팅한 D 형태의 ‘미스 두’ 네크리스, 화이트 골드 소재의 ‘미스 두’ 네크리스, 왼손에 착용한 옐로 골드 소재의 ‘셀렉시옹 디’ 브레이슬릿, ‘시그니처 디’ 뱅글, 오른속에 착용한 리본 디테일의 ‘미스 두’ 브레이슬릿은 모두 Didier Dubot.

드레스는 Khaite.



입체감 있는 D 형태의 '미스 두더블 디' 이어링과 네크리스, 랩 다이아몬드를 세팅한 플래티넘 소재의 '센슈얼' 네크리스는 모두 Didier Dubot.

트위드 재킷은 스타일리스트 소장품.

헤어/ 이혜영
메이크업/ 서옥
스타일리스트/ 이윤미 (Brand L)
네일/ 최지숙
어시스턴트/ 최지은

OF WOMEN AND ICONIC STONES

현대 주얼리 역사에 길이 남을 전설적인 작품과 그것을 착용한
아이코닉한 여성들을 조명하다.



쟌 슐럼버제가 디자인한 티파니앤코의 크로이실론 브레이슬릿은 전설적인 작품으로 꼽힌다.
수세기 동안 이어져온 에나멜 기법으로 제작되었다.



재키 케네디의 크로이실론 브레이슬릿

재키 케네디는 쟌 슐럼버제가 디자인한 티파니앤코의 크로이실론 브레이슬릿을 소장했다. 이는 1962년, 남편 존 F. 케네디가 그녀에게 선물한 것이다. 순탄치 않았던 관계 속에서 무언가에 대한 사과의 의미였을까? 옐로 골드 링크, 에나멜 위에 세심하게 세팅된 라운드 다이아몬드가 반짝이는 이 뱅글은 재키와 놀랍도록 잘 어울렸다. 이는 사람들의 시선을 끌었고, 어느새 그녀의 손목에는 두 번째 크로이실론 브레이슬릿이 채워졌다. 존 F. 케네디가 또 다른 무언가를 용서받으려 했던 걸까? 한 행사에서 누군가 "팔찌 소리가 너무 크다"고 조심스레 말하자, 재키는 웃으며 이렇게 답했다. "괜찮아요. 사람들이 제가 오는 걸 알 수 있잖아요." 백악관 곳곳이 도청 장치와 첩자로 가득했던 당시 상황을 떠올리면, 그녀의 팔찌가 내는 끊임없는 달그락거림은 오히려 도청을 방해하는 소음이 되었을지도 모른다. 재키 케네디는 이 팔찌를 여러 개씩 겹쳐 착용하곤 했다. 팔찌 하나가 약 150g 정도로 무겁지 않아 부담 없이 겹쳐 찰 수 있었다. 쟌 슐럼버제는 재키의 오랜 친구인 억만장자 버니 멜런이 가장 아끼던 주얼리 디자이너이기도 했다. 1958년부터 이어진 두 사람의 우정 속에서 버니는 재키에게 정원의 미학을 가르쳤고, 재키는 버니에게 무례한 사람들을 단칼에 제압하는 말투를 알려주었다. 버니 역시 이 팔찌를 착용했지만, 언론은 그것을 '버니 브레이슬릿'이 아니라 '재키 브레이슬릿'이라고 불렀다.

마리아 펠릭스의 악어 목걸이

메종 까르띠에에 전설로 내려오는 이야기가 있다. 누군가는 진실이다, 누군가는 허구라 말하지만. 그 이야기는 1975년, 파리 페가(Rue de la Paix)에 위치한 까르띠에 매장에서 일어난다. 결혼반지를 고르러 온 신혼부부, 새로운 수집품을 찾는 컬렉터, 웬만한 일엔 놀라지 않는 판매원들까지…. 모두가 깜짝 놀란 작은 소동이 벌어진 것. 멕시코 영화사의 황금시대를 연 여배우 마리아 펠릭스(Maria Felix)가 새끼 악어를 안고 매장에 들어섰기 때문이다. 수조 속에 담긴 진짜 악어였다. 마리아 펠릭스는 이렇게 말했다. "이 악어를 똑같이 만들어줘요. 골드로요." 농담 같았지만, 그녀가 진심인 걸 모두가 알았다. 마리아는 이미 1968년에 2천473개의 다이아몬드가 세팅된 뱀 목걸이를 주문한 적이 있었고, 이 목걸이의 기다란 디자인 덕분에 실제로 올가미처럼 휘두르며 착용하기도 했다. 이는 그녀만의 화려하고 대담한 매력을 보여주는 방식이었다. 1975년에 제작된 악어 목걸이는 두 마리의 정교한 악어를 형상화했다. 마치 착용자의 목을 물어버리기라도 할 듯 생생하다. 한 마리는 옐로 다이아몬드로, 다른 한 마리는 에메랄드로 장식되어 있다. 작업에는 무려 1천800시간 이상이 소요되었다. 이 놀라운 작품은 지금도 까르띠에의 대규모 전시에서 꾸준히 모습을 드러낸다. 그녀가 새끼 악어를 데리고 까르띠에 매장에 들어서는 그 순간에 내가 있었다면 얼마나 좋았을까!



마리아 펠릭스를 위해 맞춤 제작된 악어 모티프의 까르띠에 목걸이. 두 개로 분리해 브로치로도 활용 가능하다.



(위) 주얼리를 사랑한 마리아 펠릭스는 늘 화려한 주얼리 레이어링 스타일로 잘 알려져 있다.
(아래) 칸예 웨스트가 선물한 킴 카다시안의 약혼 반지. 작은 다이아몬드가 촘촘히 세팅된 얇은 링 위에 20캐럿의 에메랄드 컷 다이아몬드로 장식했다.



킴 카다시안, 로레인 슈워츠 약혼반지 도난 사건

2016년 10월 파리 패션위크 기간, 킴 카다시안은 일요일 오전엔 발렌시아가, 저녁엔 지방시 쇼에 참석했다. 흥분에 휩싸인 그녀는 수억 명의 팔로어가 지켜보는 SNS에 사진과 영상을 업로드하며 화려한 순간을 전했다. SNS에는 그녀의 주얼리와 고급 모피, 사치스러운 라이프스타일이 가득 담겼다. 그날 저녁, 경호원들은 시차 적응을 위해 클럽에 간 그녀의 자매들을 따라갔다. 그때 끔찍한 사건이 벌어졌다. 마들렌 근처 호텔 방에 홀로 머물던 킴을 경찰 복장을 한 다섯 명의 무장 강도가 습격한 것. 킴은 결박되어 화장실에 가둬졌다. 무장 강도들은 20캐럿의 에메랄드 컷 다이아몬드가 세팅된 칸예와의 약혼반지를 훔쳐갔다. 이 반지는 미국 디자이너 로레인 슈워츠의 작품이다. 추정가는 무려 400만 달러. 사건 이후 킴은 말했다. "죽을지도 모른다는 공포를 느꼈어요. 이제는 가짜 주얼리만 착용해요." 하지만 그 다짐은 그리 오래가진 않았다. 지난봄, 파리에서 열린 재판에서 배우이자 곧 변호사가 될 그녀는 복수라도 하듯 온몸에 다이아몬드를 가득 두르고 나타났으니.



마리아 칼라스와 메데아 주얼리 세트

비극이다. 이 주얼리는 모든 것이 비극적이다. 하지만 누가 비극을 사랑하지 않겠는가? 이 주얼리 세트는 막대한 부를 지닌 사업가이자 오페라 애호가였던 조반니 바티스타 메네기니(Giovanni Battista Meneghini)의 의뢰로 만들어졌다. 그는 1949년부터 1959년까지 세계 최고의 소프라노, 마리아 칼라스(Maria Callas)의 남편이기도 했다. 결혼 초기, 그는 칼라스에게 이탈리아 주얼리 하우스 파라오네(Faraone)가 제작한 주얼리 세트를 선물했다. 디자인은 반클리프 아펠의 작품에서 많은 영향을 받았다고. 세트는 귀고리, 브로치, 팔찌, 그리고 루비와 다이아몬드로 이루어진 목걸이로 구성되어 있다. 특히 목걸이는 루비의 핏빛 시냇물이 목을 감싸 흐르고 다이아몬드 거품이 그 위에 흩날리는 듯한 형태다. 이 걸작은 '카스타 디바(Casta Diva, 이탈리아 오페라 <노르마(Norma)>의 대표 아리아로, 이 노래를 통해 그녀는 '비극의 디바'로 상징되었다)', 즉 마리아 칼라스의 목선 치수에 맞춰 정교하게 세공되었다. 그 영감은 칼라스가 무대와 파졸리니의 영화에서 연기한 비극적인 인물, 메데아(Mdeda)로부터 비롯되었다. 사랑하는 남자 이아손에게 버림받고 그 배신에 대한 절망과 분노로 자신의 아이들까지 죽이는 비극적인 여인. 인간의 사랑, 배신, 복수, 도망, 저주받은 전리품, 음모로 가득한 신화적 운명에 걸맞는 작품인 것이다. 그러니 이건 분명 '메데아 주얼리'라 불릴 만하다. 마리아 칼라스는 이 모든 주얼리를 세트로 착용했지만, 결코 과하거나 부자연스럽지 않았다. 루비의 핏빛과 맞춘 립스틱과 매니큐어, 그리고 백금빛 플래티넘과 완벽히 어우러지는 것은 단 하나, 그녀의 노래였다.

마리아 칼라스는 첫 공연마다 남편으로부터 오페라 이름을 딴 특별한 작품을 선물로 받았다.
그중 하나가 바로 메데아 목걸이였다.

리아나와 크리스찬 라크루아의 십자가 목걸이

2022년 1월, 리아나가 할렘 거리를 가볍고 당당하게 걷는다. 그녀가 정의하는 아트 디렉션은 '순수하면서도 반항적인 펑크 스타일'이었다. 분홍색 코트는 활짝 열려 있고, 배는 드러나 있다. 착용한 목걸이는 맞춤 제작도 아니고, 천 캐럿짜리도 아니다. 출신만큼은 확실하다. 세련된 혈통을 지닌 '패션 주얼리'. 이 목걸이는 크리스찬 라크루아(Christian Lacroix)의 풍부한 상상력에서 탄생했다. 이 목걸이는 리아나의 임신 소식이 전해진 사진에서 발견되었다. 바로크 스타일의 황금빛 십자가 형태로 다채로운 색의 카보숑 장식이 박혀 있는, 1990년대 제작된 작품이다. 그녀는 이를 직접 경매를 통해 구입하도록 지시했다. 그 임무는 리아나의 오랜 친구이자 빈티지 주얼리 컬렉터로 유명한 케리 보넬(Kerry Bonnell)이 맡았다. 그녀는 '바베이도스의 공식 문화 대사'로 불리는 리아나의 '빈티지 사냥꾼'으로 통한다. 사진이 공개되자마자, 라크루아의 목걸이와 유사한 모델들은 중고 거래 플랫폼에서 가치가 급상승했다. 며칠 사이 폭발적으로 가격이 뛰어올랐음은 물론이다. 결론은 명확하다. 라크루아는 언제나 옳다.



리아나가 임신한 배를 드러낸 채 크리스찬 라크루아의 빈티지 십자가 목걸이를 착용했다.

사진 / OOOOOO

엘리자베스 테일러의 테일러-버튼 다이아몬드

이것이야말로 초대형 다이아몬드의 정석이다. 너무 커서 문을 막는 받침으로 써도 될 정도의 이 다이아몬드는 '다이아몬드계의 리하르트 바그너'라 불릴 만하다. 이는 1969년, 배우 리처드 버튼이 엘리자베스 테일러에게 사랑의 위대함을 상징하는 선물로 건넨 증표다. 보석의 왕이라 불리는 미국의 전설적인 보석상, 해리 윈스턴(Harry Winston)은 이 다이아몬드를 69.42캐럿의 페어 컷 형태로 커팅했다. 그 후 까르띠에는 반지로 만들기엔 너무 큰 이 다이아몬드를 목걸이로 제작하게 된다. 이 다이아몬드가 공개된 유일한 순간은 뉴욕 5번가 까르띠에 매장의 쇼윈도였다. 그날 인파는 인도를 넘어 도로까지 밀려들었고, 결국 교통이 마비되었다. 당연하다. 이건 거의 클렉슨(경적) 같은 다이아몬드였으니까. 엘리자베스는 이 목걸이를 자주 착용하지 않았다. 외출할 때마다 매번 보안 시스템을 가동해야 하는 수준의 보석이었기 때문이다. 실제로 이 다이아몬드를 착용한 모습은 아카데미 시상식, 그리고 장을 보러 갈 때 목격되었다고 하지만 이는 아마 루머일 가능성이 크다. 그녀가 직접 슈퍼마켓에서 요거트를 샀을 리는 없으니깐. 어느 날 공항에서는 또 다른 해프닝이 벌어졌다. 다이아몬드의 비현실적인 크기 때문에 세관원들이 마약이 들어 있다고 의심하며 패닉에 빠졌다. 심지어 확인을 위해 '세계 8대 불가사의급' 다이아몬드를 뚫어보겠다고 위협하기도 했다. 정말이지, 세관원치고는 별로 영리하지 않았던 모양이다.



(오른쪽) 1970년 아카데미 시상식에서. 모든 사람들의 시선을 빼앗은 엘리자베스 테일러의 69캐럿 다이아몬드 목걸이.
(아래) 전 스파이스 걸스 멤버가 자신의 컬렉션 중 가장 눈에 띄는 작품 하나를 착용했다. 옐로 골드 링 위에 화이트 다이아몬드를 파베 세팅한 옐로 다이아몬드다.



사진/ © Tiffany & Co., Cartier, Getty Images 디자인/ 한상영

빅토리아 베컴의 수많은 약혼반지

빅토리아 베컴은 데이비드 베컴이 선물한 수많은 약혼반지 컬렉션을 소유하고 있다. 첫 번째 반지는 약 3캐럿 규모의 마퀴즈 컷 다이아몬드로, 옐로 골드 밴드에 세팅되어 있었다. 반지들은 다이아몬드, 에메랄드, 사파이어에 형태도 쿠션, 페어, 바게트 등 다양하다. 그 자체로 하나의 카탈로그다. 그녀에게 어울리는 문장이 있다. "다이아몬드는 영원하지만, 1백 개의 다이아몬드는 더 영원하다." 1999년 두 사람의 성대한 결혼식 이후, 빅토리아는 머리 스타일을 바꾸듯 반지를 바꾸어왔다. 그 선택은 아주 합리적이다. 각각의 주얼리는 부부의 중요한 순간이나 그녀의 스타일적 변화를 상징한다. 데이비드는 타투를 모으고, 빅토리아는 반지를 모은다. 어느 정도 균형이 맞는 셈이다. 정확하게 몇 개냐는 질문에 패션 디자이너로 변신한 그녀는 이렇게 답했다. "기분에 따라 착용해요. 어떤 여성들은 가방을 모으지만, 저는 약혼반지를 모아요." 물론 전통적인 의미의 약혼반지는 아니다. 빅토리아는 결혼 후에도 새로운 반지를 선물 받을 때마다 '사랑의 또 다른 약속'으로 여기기 때문에 언론과 팬들이 약혼반지로 부르게 된 것이다. 2003년, 데이비드가 영국 왕실 명예훈장 OBE를 수상했을 때, 빅토리아는 플래티넘 위에 세팅된 에메랄드 컷 다이아몬드와 바게트 다이아몬드 반지를 착용하고 등장했다. 30번째 생일에는, 샴페인 핑크빛 오벌 컷 다이아몬드에 작은 화이트 다이아몬드가 둘러진 반지를 착용했는데, 파파라치들이 선글라스를 써야 할 정도로 눈부셨다. 2005년에는 약 17캐럿, 현재 가치로 약 400만 파운드에 달하는 화려한 다이아몬드를 손에 넣었다. 그리고 그녀의 반지 컬렉션은 끝이 없다. 멧 갈라를 위한 루비, 차를 마시러 갈 때 낀 쿠션 컷 에메랄드, 180만 파운드 상당의 옐로 다이아몬드, 450만 달러 상당의 15캐럿 쇼파드 다이아몬드, 그리고 600만 달러가 넘는 오벌 사파이어까지 등장한다. 2015년에는 '절제의 해'를 자처하며 약 1만 파운드짜리 오벌 문스톤 반지만 착용하며 한 해를 보냈다. 이후, 플래티넘에 세팅된 스퀘어 컷 옐로 다이아몬드가 그녀의 손가락에 등장했고, 그 가치는 약 250만 달러로 평가된다. 잠 못 이루는 밤, 빅토리아 베컴은 양 대신 캐럿을 센다. B

글/ Loic Prigent 번역/ 최지인 에디터/ 윤혜영

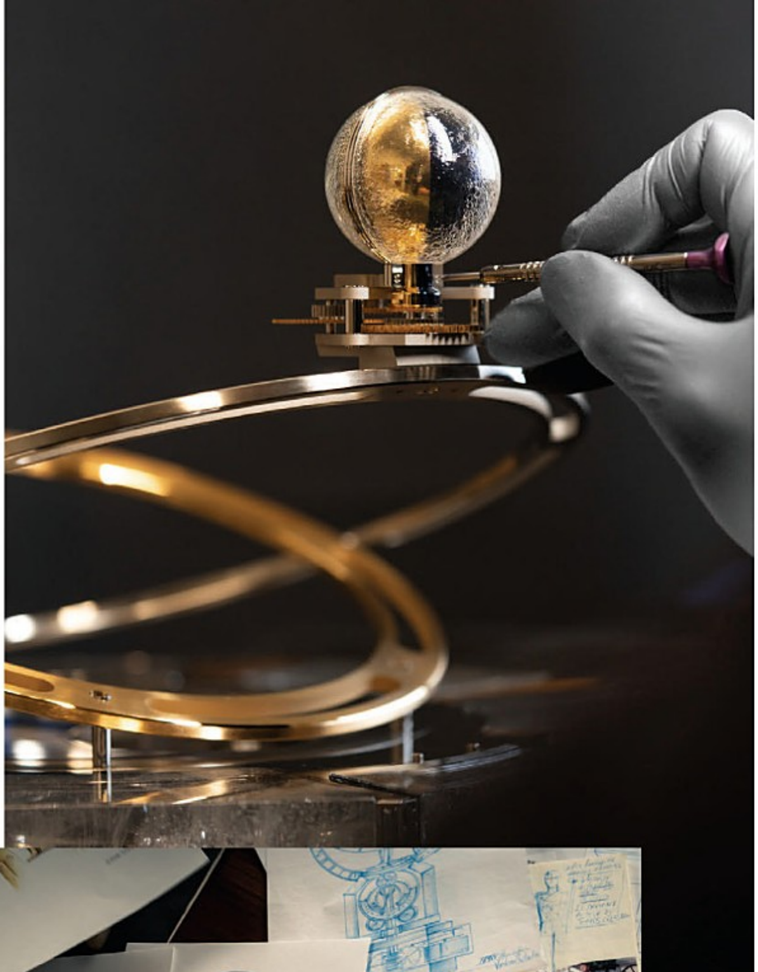


바쉐론 콘스탄틴 메종 설립 270주년을 기념하는
'라 퀘뜨 뒤 떵'이 루브르 박물관에 전시되었다.



움직이는 시간 예술

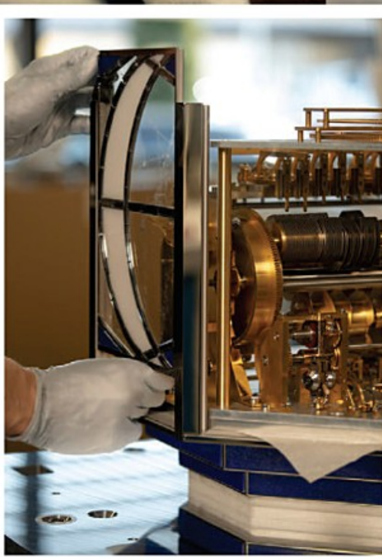
270주년을 맞이한 바쉐론 콘스탄틴이 시계 역사에 획을 그을 기계식 예술 작품을 발표했다. 1819년 프랑수아 콘스탄틴이 남긴 “가능한 더욱 잘하라. 그것은 언제나 가능하다”라는 말을 증명하듯 워치메이커, 디자이너, 장인, 오토마통 개발자, 천문학자들이 메종의 정신을 계승하면서 하이 워치메이킹을 뛰어넘은 시간을 탐구했다. ‘라 퀘뜨 뒤 떵’이 그 주인공이다.



1755년부터 시계 제작을 멈추지 않은, 세계에서 가장 오래된 워치메이커 바쉐론 콘스탄틴. 이 역사적인 메종이 올해 270주년을 맞이했다. 이를 기념하며 바쉐론 콘스탄틴의 유산에 경의를 표하는 '라 퀘뜨 뒤 떵(La Quete du Temps, 시간의 탐구)'을 발표했다. 지난가을, 이 걸작을 직접 만나기 위해 프랑스 파리로 떠났다. 루브르가 휴관한 9월 16일 화요일.(이날은 정확히 270년 전 바쉐론 콘스탄틴이 창립한 날 딱 하루 전이다.) 전 세계에서 초대된 프레스만을 위해 문을 연 호젓한 박물관을 거닐자니 특별한 기분이 들었다. 그리고 수많은 계단을 거슬러 올라 다다른 리슐리 외관 602호실. "바쉐론 콘스탄틴이 구상한 오토마통(사람의 형상을 하고 자동으로 움직이는 기계)을 반영하듯, 루브르 소장품과 전시 작품들은 복잡한 메커니즘과 과학적 장치에 대한 인류의 오래된, 어쩌면 태곳적부터 시작된 열정을 상기시킵니다." 루브르 박물관 공예관 관장 올리비에 가베(Olivier Gabet)가 말했다. 그리고 눈앞에 펼쳐진 전례 없는 기계식 예술 작품은 탄성을 절로 자아내게 했다. 7년 이상의 개발 과정을 거쳐 6천293개의 기계식 부품이 예술적으로 움직이고 있는 높이 1m가 넘는 워치메이킹의 마스터피스. 매뉴팩처는 세계 최고의 오토마통 제작자 프랑수아 주노(Francois Junod)와 함께 오토마통을 고안했다. 가장 먼저 시선을 압도한 것은 우주적인 돔 안에 있는 오토마통이었다. 144개의 제스처를 구현하는 이 라 퀘뜨 뒤 떵의 오토마통은 인문주의적인 천문학자의 모습을 형상화한 것으로, 그 섬세한 움직임은 단순히 시간을 표시할 뿐만 아니라 우주의 아름다움과 신비, 그리고 인류의 시간 측정 능력의 근간이 되는 천문학적 현상을 은유적으로 표현하고 있었다. 북반구의 천구와 사자자리, 황소자리, 처녀자리 등 별자리가 그려진 글라스 돔에는 아이들이 가장 먼저 알아보는 오리온자리와 큰곰자리도 눈에 띄었다. 이로록 동심을 자극하는 워치메이킹이라니! 이를 위해 제네바 천문대의 천문학자들이 천체의 이야기를 검증했다고. 앞쪽의 평평한 반원형 평면 위에는 입체적으로 표현된 레트로그레이드 문이 놓여 있으며, 오토마통의 발에는 낮과 밤이 담겨 있었다. 오토마통의 양쪽에는 마치 떠 있는 것처럼 보이는 곡선형 아워 및 미닛 스케일이 탑재되어 시는 로마 숫자로, 분은 5분 단위의 아라비아 숫자로 표시된다. 숫자가 순서대로가 아닌 무작위로 배열된 것도 왠지 더 낭만적으로 다가왔다.



비율과 복잡성, 그리고 오토마통 메커니즘 부품을 탑재하기 위해 록 크리스털 소재를 사용했다.





2016년 바쉐론 콘스탄틴의 지원으로 복원된 1754년 루이 15세에게 헌정된 천문 시계 '세계의 창조, 팬듈 클락' 등 총 12점의 작품을 이번 전시에서 만나볼 수 있다.



레트로그레이드 문페이즈
디스플레이 메커니즘.





정확하고 정교한 부품 마감 작업은
바쉐론 콘스탄틴 워치메이킹의 핵심이다.






DAYS
VACHERON
CONSTANTIN



그 아래 중간 부분에는 시그너처 컴플리케이션과 두 개의 다이얼로 이루어진 천문학적 클락이 자리했다. 미러 록 크리스털 레이어로 이루어진 전면 다이얼은 대칭적인 레이아웃과 직관적인 가독성을 선사하며, 12시 방향에 투르비용이 장식되었다. 15일의 파워 리저브를 표시하는 레트로그레이드 디스플레이는 블루에서 화이트 컬러로 그러데이션을 이루는 라피스라줄리와 문스톤이 세팅되었으며, 우측의 작은 창에는 퍼페추얼 캘린더의 윤년 인디케이터가 자리했다. 또한 10시와 2시 방향에 위치한 두 창에서 각각 요일과 월을 확인할 수 있었다.

그리고 하단에는 라피스라줄리를 배경으로 태양계가 묘사된 2단 구조의 받침대가 자리했다. 하드 카보숑으로 표현된 행성들과 그 아래 위치한 팔각형 베이스는 오토마통의 움직임을 구동하고 음악을 재생하는 메커니즘이 내장되어 있다. 오토마통은 총 1분 30초에 걸쳐 세 가지의 서로 다른 시퀀스로 움직이도록 설계되었으며, 필요에 따라 작동시킬 수 있다고. 최대 24시간 전까지 언제든 실행되도록 프로그래밍도 가능하다. 오토마통과 함께 울리는 멜로디는 바쉐론 콘스탄틴과 수년간 협업해온 뮤지션이자 아티스트 디렉터인 우드키드(Woodkid)가 특별히 작곡한 것. 이 수많은 부품들이 유기적으로 움직여서 창조해내는 기계적 아름다움은 실로 말로 표현할 수 없는 우주적 인류애가 담긴 한 편의 드라마 같았다.

예술 공예품이라 일컬어지는 오토마통이 타임키핑의 기능을 지닌다? 사실상 고대 그리스와 페르시아 제국 시절에 기록된 가장 초기의 오토마통부터 오늘날에 이르기까지 오토마통이 클락에 통합된 사례는 없었다. "'라 퀘뜨 뒤 떵'은 위대한 코도반(Cordovan) 오토마통이나 이집트의 물시계를 떠올리게 하는 동시에, 그 구성 요소들은 17세기의 아밀러리 시계나 다면체 다이얼을 연상케 합니다. 예술 공예는 시대와 문명을 아우르며 이어져온 계보의 일부이죠." 올리비에 가베 관장의 이어지는 설명에 고개가 끄덕여지는 대목이었다. 라 퀘뜨 뒤 떵은 23가지 컴플리케이션을 갖춘 클락과 시계에 의해 제어되는 158개의 캠으로 구동되는 오토마통을 포함하여 총 6천293개의 부품으로 구성된 메커니즘을 갖추고 있으며, 또한 워치메이킹 관련 특허 7개를 포함하여 15개의 특허 출원을 기록했다.

바쉐론 콘스탄틴과 루브르 박물관의 파트너십을 보여주는 이 걸작은 9월 17일부터 11월 12일까지 루브르 박물관에서 열리는 ≪메카니크 다르(Mecaniques d'Art)≫ 전시의 주요 작품으로 만날 수 있다.



'라 퀘뜨 뒤 떵' 클락에서 영감을 받아 1755년 이래 메종을 정의해온 인간적인 모험을 상징하는 손목시계, '메티에 다르' 트리뷰트 투 더 퀘스트 오브 타임.

손목시계를 위한 영감의 원천, 새로운 메티에 다르(Metiers D'art)

메종 설립 270주년을 기념하여, 바쉐론 콘스탄틴은 '라 퀘뜨 뒤 떵' 클락을 손목 위로 옮겨왔다. 바로 1755년 이래 메종을 정의해온 인간적인 모험을 상징하는 손목시계의 탄생! 동명의 클락에서 영감을 받은 새로운 '메티에 다르 트리뷰트 투 더 퀘스트 오브 타임' 손목시계는 3년의 개발 과정을 거쳐 세상의 빛을 보았다. 메종의 가장 유명한 시그니처라 할 수 있는 천문학적 컴플리케이션과 레트로그레이드 디스플레이를 새롭게 해석한 것. 단 20피스의 리미티드 에디션으로 선보이며, 총 512개의 부품으로 구성된 작은 예술 작품이다. 소형화 기술의 정수를 보여주는 새로운 매뉴얼 와인딩 매뉴팩처 무브먼트, 칼리버 3670을 탑재하고 있으며 4개의 특허 출원을 지녔다.



이 작품에서 시선을 압도하는 것은 인간 형상의 팔이 시간을 표시하는 더블 레트로그레이드 디스플레이. 형상은 1755년 메종 설립일 당시 제네바에서 관측된 별자리를 표현한 배경 위에 자리 잡고 있으며, 여기에 더블 레트로그레이드 파워 리저브 인디케이터와 월령을 표시하는, 입체적인 문페이즈가 더해졌다. 후면 다이얼에는 실시간으로 별자리를 추적하고 항성일을 표시하는 스카이 차트가 탑재되었다.



B 에디터/ 황인애

사진/ © Vacheron Constantin 디자인/ 이예슬



THE 150th

오데마 피게가 창립 150주년을 기념하며 홍콩에서 개최한 파티에 <바자>를 초대했다. 둘째 날 마신 칵테일만큼이나 달고, 그곳에서 공개한 신작만큼이나 빛났던 9월의 홍콩. 그 이국적이고도 뜨거운 순간을 만나보라.

오데마 피게 150주년 기념 파티 현장 월.



오데마 피게 150주년
파티에 참석한 배우 이성경.



오데마 피게 150주년 기념
파티 현장.

오데마 피게가 150주년을 맞아 선택한 무대는 홍콩이었다. 습기를 머금은 공기가 밤마다 빛으로 살아나는 도시. 그 리듬은 마치 브랜드가 걸어온 세월을 축약한 듯 역동적이고 실험적이었다. 묘하고 이국적인 기운 속, 오데마 피게의 150주년 기념 여정이 시작됐다.

그 중심에는 오데마 피게가 야심차게 준비한 신작이 있었다. '로열 오크'와 '코드 11.59 바이 오데마 피게' 컬렉션에서 새롭게 선보인 38mm 케이스의 퍼페추얼 캘린더 모델은 단순히 크기만 작아진 버전이 아니었다. 특허 5개로 보호받는 칼리버 '7136'과 '7138'을 품은 이 시계들은 '올 인 더 크라운(all in the crown)'이라 불리는 새로운 조정 시스템을 통해 도구 없이 하나의 크라운으로 모든 설정을 가능케 했다. 복잡한 기계식 컴플리케이션이 마침내 직관적이면서도 손쉬운 착용 경험을 약속한 것. 기술적 혁신 위에 얹힌 미학 역시 눈부셨다. 스틸과 핑크 골드 케이스에 '로열 오크'의 시그너처 디테일인 그랑드 타피스리(grande tapisserie) 다이얼, 섬세하게 배치한 카운터가 각각 다른 빛을 받아내며 손목 위 작은 우주를 펼쳤다. 무엇보다 38mm라는 사이즈는 여성뿐 아니라 더 다양한 손목에 균형감 있게 어울릴 수 있도록 설계, "복잡한 시계는 남성적"이라는 오래된 고정관념을 단호히 밀어냈다. 같은 맥락에서 '코드 11.59 바이 오데마 피게' 컬렉션의 신작도 눈길을 끌었다. 루비 루트, 블루 소달라이트, 그린 말라카이트로 장식한 원석 다이얼 위 셀프와인딩 플라잉 투르비용은 마치 자연이 빚어낸 보석을 시간 속에 봉인해놓은 듯했다. 오데마 피게가 발레 드 주에서 출발해 150년간 이어온 "자연과 천체의 리듬을 시계에 담는다"는 서사를 가장 시적으로 증명하는 모델이 아닐 수 없었다.

150주년이라는 숫자는 브랜드의 역사적 무게를 환기시켰다. 1875년 르 브라쉬에서 시작한 매뉴팩처는 여전히 오데마와 피게 가문의 손에 의해 운영되며, 세대를 거쳐 전해진 장인정신으로 새로운 기술을 쌓아왔다. 그러나 이번 홍콩에서의 행보는 과거를 과시하기보다는 미래를 여는 방식에 가까웠다. 시계는 작아졌고 조작은 간결해졌으며, 심미적 표현은 더욱 대담해졌으니까. 기념 행사의 무대는 서구룡 문화 지구의 필립스 갤러리였다. 이성경, 아이린, 나오미 캠벨, 시몬 바일스를 비롯한 스타들이 함께 자리했고, 미슐랭 2스타 셰프 비키 라우가 준비한 칵테일 리셉션은 저녁을 우아하게 열었다. 이어 무대에 오른 핑크팬서리스는 특유의 감각적 보컬로 공간을 물들였고, 밤이 깊을수록 토키몬스타의 비트가 흥을 더했다. 음악과 사람, 시계와 빛이 어우러진 현장은 단순한 제품 론칭이 아니라 브랜드가 꿈꾸는 '시간의 공동체'를 상징하는 듯했다.

행사의 마지막 밤, 갤러리의 불빛을 뒤로하고 걷던 홍콩의 거리는 여전히 눈부셨다. 초고층 빌딩 사이로 바닷바람이 스치고, 좁은 골목에는 오래된 간판들이 반짝였다. 고대와 현대, 서양과 동양, 전통과 실험이 혼재하는 이 도시의 얼굴은 오데마 피게의 행보와 닮아 있었다. 150년이라는 시간을 안고도 여전히 새롭고, 여전히 경계 너머를 향해 달려가는 모습 말이다. 그 밤, 나는 손목 위 작은 다이얼에서 천체의 움직임을 따라가며 머릿속에 물음표 하나를 띄웠다. '나는 시간과 어떤 관계를 맺고 있을까?' 오데마 피게는 150년째 여전히 가장 세련된 방식으로 질문에 대한 답을 찾고 있는 듯하다. B 에디터/ 윤혜연



18K 핑크 골드
케이스의 '로열
오크 셀프와인딩
퍼페추얼 캘린더
38mm'.



라이트 블루 '그랑드
타피스리' 다이얼의 '로열
오크 셀프와인딩 퍼페추얼
캘린더 38mm'.



블루 소달라이트 스톤 다이얼의 '코드
11.59 바이 오데마 피게 셀프와인딩
플라잉 투르비용 38mm'.



그린 말라카이트 스톤
다이얼의 '코드 11.59
바이 오데마 피게
셀프와인딩 플라잉
투르비용 38mm'.

사진/ © Audemars Piguet 디자인/ 한상영


Mmlg
CHAT PLAY CASUALLY
Copyright 2017. Mmlg all rights reserved.
Mmlg

FASHION BAZAAR



THE LIST

이번 시즌, 주목해야 할 아우터 다섯 가지.

Photographer
Choi Moonhyuk
Editor
Kim Kyeonghoo

LEOPARD COAT

시선을 압도하는 레오퍼드 코트의 관능적인 유혹.

레오퍼드 패턴 퍼 코트는 3천5백75만원 Dolce&Gabbana. 터틀넥 톱은 Sportmax. 스커트는 Ych. 목걸이는 Burberry. 롱 부츠는 1백51만원 Longchamp.

사진/0000000



Twist Trench
영원불멸의 클래식 아이템,
트렌치코트의 색다른 변주.

프린지 장식 트렌치코트는 1천8백90만원,
팬츠는 1백23만원 Burberry.
부츠는 2백33만원 Tod's.



Shearling Season
한겨울에도 쿨한 스타일을 즐기고 싶다면? 짧은 기장의 시어링 코트를 선택하라.

시어링 퍼 코트는 Celine. 터틀넥 톱은 Gabriela Hearst. 팬츠는 1백70만원 Valentino. 사이하이 부츠는 Balenciaga.



Romantic Mouton
우아한 무톤 코트와 아찔한
슬립 드레스의 매혹적인 만남.

무톤 코트, 드레스는 Chloé.
목걸이는 2백82만원 Gucci.
부츠는 35만원 & Other Stories.



BOMBER BOMB
목을 감싸는 과감한 벨트
장식의 보머 재킷으로
카리스마를 끌어올릴 것.

벨티드 가죽 재킷은 8백만원대 McQueen.
스커트는 22만원 Cos. 귀고리는 Hermès.
부츠는 2백91만원 Burberry.

※ 가격이 표기되지 않은 제품은
모두 가격 미정.

모델/ 정청솔
헤어/ 권도연
메이크업/ 유혜수
어시스턴트/ 안연우
디자인/ 한상영



7



6





1



2



3



4



5

1 귀고리는 23만원대 Portrait Report. **2** 양말은 1만원대 & Other Stories. **3** 가방은 31만원대 Folnua. **4** 유틸리티 재킷은 23만원대 Rough Side. **5** 스니커즈는 34만원대 Salomon. **6** 팬츠 스커트는 41만원대 Levi's. **7** 터틀넥 톱은 22만원대 Altea by Yoox.

MODERN NOMAD

Louis Vuitton

하우스의 본질인 여행에서 영감을 받은 루이 비통 2025 F/W 컬렉션. 니콜라 제스키에르는 여행자의 실용적인 룩을 현대적으로 재해석해 스타일과 기능성이 공존하는 룩을 대거 선보였다. 그중 입체적인 포켓이 더해진 오버사이즈 재킷과 스트라이프 터틀넥, 민트 컬러 쇼츠를 조합한 룩은 전형적인 고프코어를 그의 시선으로 새롭게 풀어낸 대표적인 예. 편안함과 실용성, 스타일까지 모두 잡고 싶다면 이 룩에 주목해보라. **B**

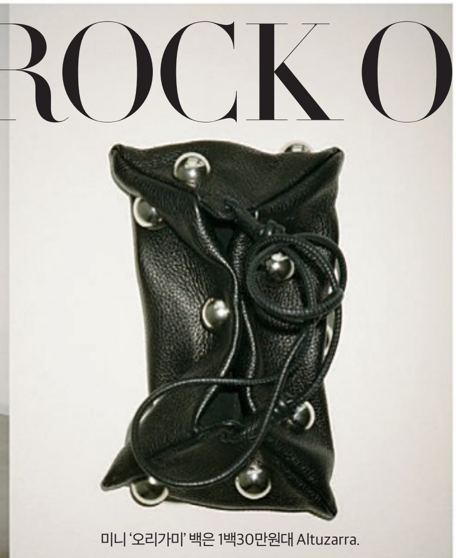
에디터/ 김경후

사진/ 각 브랜드(제품), Lauchmetrics(런웨이) 디자인/ 진문주

ROCK ON

스터드와 레더.
이토록 와일드한 매치가 올가을 룩에
클래식한 힘을 싣는다.


스터드 장식 클러치는 각각 3백58만원 Khaite.


미니 '오리가미' 백은 1백30만원대 Altuzarra.


앵클부츠는 2백19만원 Isabel Marant.


옐로 벨트는 38만원대, 블랙 벨트는 39만원대 Rag & Bone.


스퀘어 스톤 장식 부츠는 1백77만원대 Toga.


프린지 디테일 숄더백은 3백40만원 Valentino Garavani.


'수플레' 백은 1천2백42만원대 Schiaparelli.


파이톤 프린트 벨트는 1백8만원대 Dries Van Noten.


슬링백 펌프스는 1백55만원 Chloé. B 에디터/ Jaclyn Alexandra Cohen

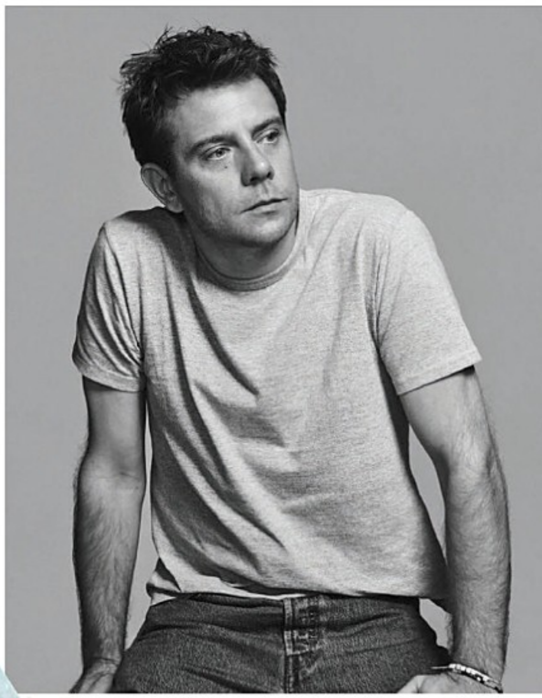
사진/ Cobey Arner 디자인/ 이예슬

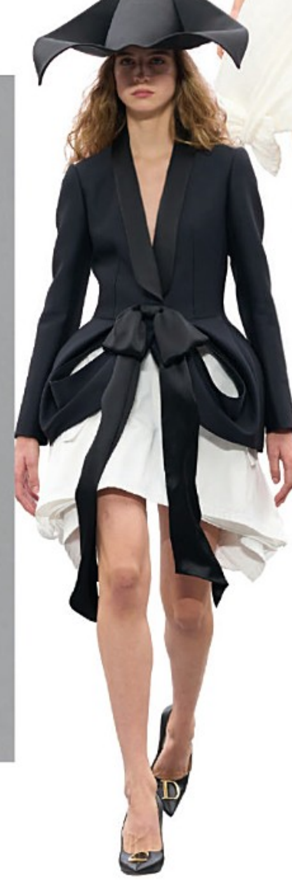


THE NEW CHAPTER



패션계의 대대적인 지각변동! 그 최종 보스들의 '첫' 컬렉션이 2026 S/S 패션위크를 통해 공개되었다. 바야흐로 새로운 챕터의 시작. 이를 직관한 5명의 에디터들에게 물었다. "당신이 생각하는 최고의 쇼는 무엇인가?"





DIOR *Jonathan Anderson*

루카 구아다니노와 스테파노 바이시가 디자인한 압도적인 쇼 공간, 그 중심에 거꾸로 매달려 있던 피라미드 형태의 LED 스크린. 그 자체로 기대감을 증폭시킨 '앤더슨 맛' 디올 쇼가 드디어 시작되었다. 다큐멘터리 감독 아담 커티스가 제작한 영상이 스크린을 통해 상영되었고, 디올 하우스를 이끌어온 수석 디자이너들의 전설적인 순간에 모든 이가 숨죽이며 주목했다. 그러다 종국엔 마치 역사를 거꾸로 거슬러 올라가듯 빠르게 되감기며 뒤엉키듯 바닥에 놓인 슈즈 박스에 빨려 들어갔는데, 마치 천지가 개벽하는 듯 느껴졌다. 디올의 역사가 새롭게 쓰이는 순간이었다. 돌이켜보면 조너선 앤더슨이라는 1984년생 북아일랜드 출신의 디자이너는 언제나 날 매혹시켰다. 2010년 그의 이름을 내건 첫 런웨이 쇼를 목도한 이후, 같은 해에 태어난 디자이너라는 사실에 왠지 모를 내적 친밀감을 갖게 된 것이 그 시작이다. 이후 앤더슨은 그야말로 승승장구했다. 3년 뒤, 로에베의 크리에이티브 디렉터 자리에 오르며 오랜 역사의 스페인 하우스를 완전히 뒤바꿔 놓았으니 말이다. 이후 그가 선보이는 컬렉션은 대중의 마음을 움직였고 올해 4월 LVMH의 아르노 회장이 그의 이직을 공식 선언했을 때 모두가(에디터가 아는 한) 기대감에 사로잡혔다. 그로부터 두 달 뒤, LVMH는 하우스 최초로 디올의 여성복, 남성복 그리고 오트 쿠튀르 모두를 총괄하는 크리에이티브 디렉터로 앤더슨을 공식 임명하기에 이른다.

거두절미하고, 성공적인 남성 쇼 이후 공개된 여성 쇼는 어땠을까? 단언할 수 있는 건 디올이 어려졌다는 것이다. 그리고 동시대 여성들이 지갑을 열게 할 법한 포인트를 곳곳에서 찾을 수 있었다. 브랜드로서는 아주 좋은 신호일 테다. 켜켜이 쌓인 아카이브를 탐구해 그만의 방식으로 펼쳐 놓은 것도 인상 깊었다. 특히 오프닝을 장식한 전등갓 실루엣의 드레스부터 디올의 상징 중 하나인 리본을 다양하게 변주했는데, 리본 장식의 무엇조차 살 생각이 없던 에디터의 마음까지 사로잡았음은 물론이다. 바 재킷의 재탄생도 흥미로웠다. 실루엣은 물론 드레이핑 장식, 함께 매치된 미니스커트와의 궁합도 훌륭했다. 그가 사랑하는 볼륨과 흐르듯 가벼운 소재들, 장인들의 손에서 태어난 헤드피스까지 저마다의 존재감을 드러내며 자연스레 이어졌다. 이전 남성 쇼에서 선보인 요소도 만나볼 수 있었다. 남성용 카고 반바지를 1948년에 선보인 델프트 드레스의 주름을 참고해 미니스커트로 선보인 것이 대표적인 사례다. 거대 패션 하우스의 미래를 어깨에 짊어지고, 모두의 이목이 집중될 20분 남짓의 쇼를 선보인다는 건 그로서도 엄청난 압박이었을 것. 눈시울을 붉힌 채 피날레에 등장한 앤더슨의 얼굴엔 만감이 교차해 보였다. "여성들에게 행복을 안겨주는 것"을 꿈꿔왔던 창립자의 바람대로, 앞으로도 여성들을 행복하게 해줄 컬렉션을 보여주길. 그리고 그도 행복하게, 부디 건강하게 오래도록 작업해주길! **에디터/ 이진선**

BALENCIAGA
Pierpaolo Piccioli

적어도 내 눈엔, 쇼를 끝낸 피에르파올로 피치올리의 마음이 한결 가벼워 보였다. 아니, 어쩐지 여유마저 느껴졌다. 극찬을 받았던 뎀나 바잘리아의 뒤를 잇는 발렌시아가 디렉터. 관심과 우려가 교차한 무대였던 만큼 부담이 컸을 터다. 그러나 피치올리는 53개 룩으로 그 기대를 훌쩍 넘어섰다. 결과적으로 그는 하우스의 전통을 해체하지 않았고 창립자 크리스토벌 발렌시아가는 물론 전임자였던 니콜라 제스키에르, 뎀나 등의 코드까지 오마주하며 따스한 헌사도 바쳤다. 모두가 숨죽인 가운데 첫 룩이 등장했다. 1957년 크리스토벌 작(作) 사크 드레스의 현대적 변주. 허리선을 없앤 직선 실루엣이 몸을 감싸고, 움직임에 따라 생긴 공기의 곡선이 우아하게 흘러내렸다. 이어 등장한 벌룬 스커트와 코쿤 코트는 구름처럼 부풀어 런웨이를 채웠고, 아이코닉한 네오 가자르(neo gazar) 소재 드레스는 구조를 유지하면서도 섬세하게 흔들렸다. 하우스 DNA가 넘실대는 가운데, 피치올리의 개성은 없었냐고? 아니다. 그만의 컬러 플레이와 디테일은 곳곳에 명민하게 배치됐다. 선명한 레드, 라임 그린, 핑크에서 피치올리 특유의 감성이 느껴졌고, 앞뒤 길이가 다른 헴라인과 드레이프 디테일이 그만의 독특한 볼륨감을 만들어냈다. 놀랍게도 그는 여전히 티셔츠나 데님 텍스처 팬츠 같은 일상적 아이템을 하이패션 언어로 재해석하며 스트리트웨어적 감각도 완전히 배제하지 않았다. 일상과 구조적 아름다움이 공존하는 순간이랄까. 이번 컬렉션의 타이틀은 '더 하트비트(The Heartbeat)'. 피치올리는 새로운 시작이 아니라 오래된 심장을 다시금 뛰게 하고자 했다. 그가 발렌시아가에 남긴 첫 장면은 분명 성공적이었다. **에디터/ 윤혜연**







CHANEL *Matthieu Blazy*

마티유 블라지가 샤넬의 새로운 크리에이티브 디렉터로 임명된 순간부터 컬렉션이 열리기 직전까지, 그의 데뷔 쇼에 패션계의 모든 시선이 집중됐다. 고백하자면 에디터 또한 이번 2026 S/S 파리 컬렉션에 참석한 가장 큰 이유이기도. 패션위크 마지막 날 저녁, 마티유 블라지가 그리는 새로운 샤넬이 공개됐다. 그랑 팔레는 행성이 떠 있는 거대한 태양계로 변모했고, 별들이 반사되어 오묘한 빛을 발하는 런웨이로 매니시한 크롭트 팬츠수트를 입은 오프닝 모델이 유유히 걸어 나왔다. 이는 가브리엘 샤넬의 연인이자 뮤즈 보이 카펠(Arthur Edward 'Boy' Capel)의 옷장에서 차용한 남성 테일러링을 모던하게 재해석한 것. 이어 아름다운 드레이프 드레스와 트위드 재킷, 진주와 까멜리아, 버튼다운 셔츠와 풍성한 프린지 스커트 등 샤넬의 상징적인 코드가 마티유 블라지만의 정제된 감성과 세심한 손길로 변주되어 런웨이에 쏟아졌다. 특히 파리의 유서 깊은 셔츠 메이커 샤르베(Charvet)와의 협업으로 선보인 심플한 크롭트 셔츠와 버튼다운 오버핏 셔츠 등이 우아한 스커트와 매치되어 눈길을 끌었다. 은하수가 흐르듯 총 77벌의 룩이 순식간에 지나갔고, 걸을 때마다 폭포처럼 쏟아졌다는 페더 장식 스커트를 입고 피날레에 등장한 모델 아와르 오디앙(Awar Odhiang)과 마티유 블라지가 진한 포옹을 나누자 기립박수가 쏟아지며 샤넬의 새로운 우주가 열렸다. 그가 보여줄 넥스트 샤넬은 또 어떤 모습일까? 오는 12월, 뉴욕에서 공개될 메티에 다르(Metiers d'art) 컬렉션에 대한 기대감에 벌써부터 가슴이 뛴다. **에디터/ 서동범**









BOTTEGA VENETA *Louise Trotter*

나이를 먹으면 취향이 변한다더니. 요즘 나는 무엇이든 '기본'에 끌린다. 그렇다고 평범한 옷을 원하는 것은 아니다. 무언가 한 끗이 다른 실루엣, 절제와 과감함이 공존하는 아이템이거나 색다른 스타일링이어야만 마음이 움직인다. 이러한 내 취향을 정조준한 쇼가 있었으니, 바로 루이스 트로터의 보테가 베네타 데뷔 컬렉션이다. 기본에 충실하면서도 절제된 테일러링과 자세히 들여다볼수록 드러나는 세심한 디테일의 향연이 어찌나 눈길을 사로잡던지. 그녀는 요란한 선언 대신 조용한 울림을 택했다. 오프닝에 등장한 모델은 남성적인 피코트를 걸친 채 담백하게 런웨이를 걸었고, 수십 년간 '실용 속의 우아함'을 탐구해온 트로터는 데뷔 컬렉션에서도 그 기조를 이어나갔다. 또 모델들이 한 발 한 발 런웨이를 내딛을 때마다 하우스의 유산이 일상 속으로 스며든 듯한 감각이 전해졌다. 트로터는 여기서 한 발 더 나아가 보테가 베네타의 상징인 인트레치아토 위빙을 적극적으로 활용해 시너지를 극대화했다. 가방과 액세서리에 주로 머물던 위빙은 트렌치코트와 니트, 드레스, 스카프 등으로 대담하게 확장됐다. 여기에 드레스에 플립플롭을 매치한 룩처럼 이질적인 아이템을 믹스하거나, 프린지와 퍼 장식을 활용해 착용자의 움직임을 부각함으로써 장인정신과 예술성을 동시에 담아냈다. 과장된 어깨 라인과 잘록한 허리 라인의 대비에서도 그녀가 지향하는 젠더플루이드한 미학이 분명하게 느껴졌다. 기능성과 조형미를 동시에 담은 백과 부츠 역시 보테가 베네타만의 '손의 언어'를 고스란히 이어간다. 트로터는 파격 대신 정직한 아름다움을 택했다. 이번 쇼는 새 시대를 알리는 요란한 선언이 아니라, 럭셔리의 본질을 조용히 되새긴 서정적인 서막이었다. **에디터/ 김경후**

사진/ⓒ Balenciaga, Bottega Veneta, Chanel, Dior, Gucci, jwanderson.com(디자이너 포트레이트), Launchmetrics, Getty Imges 디자인/ 이예슬

GUCCI *Demna*

'뎀나표' 구찌가 드디어 그 베일을 벗었다. 기대 반 우려 반, 모든 패션계의 이목이 집중된 상황. 하지만 교란을 즐기는 뎀나의 강철 심장은 이에 아랑곳 않는 듯했다. 그의 파격적인 행보는 구찌 인스타그램 피드를 모조리 삭제하는 것으로 시작되었다. 여기에 컬렉션 첫 공개를 예상했던 밀라노 패션위크 이벤트보다 36시간 앞서 룩북 형태로 '기습 공개'했다. 이름하여 <라 파밀리아(La Famiglia)>. 첫 번째 이미지의 제목은 '원형(L'Archetipo)'으로 구찌 초기의 성공을 이끌었던 제품이다.(사보이 호텔에서 일하던 구찌오 구찌는 1921년 피렌체로 돌아와 그 시대의 부유한 고객들을 위한 가방을 만들며 구찌를 설립했다.) 뒤에 이어진 37명의 초상은 뎀나의 시선에서 바라본 '구찌다움(Gucciness of Gucci)'을 고스란히 녹여냈다. 셔츠를 배꼽까지 풀어 헤친 나르치시스타(Narcisista), 가죽 투피스 차림의 나쁜 여자(La Cattiva), 스팽글 미니 튜브톱 원피스를 입은 미스 아페리티보(Miss Aperitivo)는 톰 포드 시대(1994~2004)의 파워풀한 섹슈얼리티 미학을 담은 듯했다. 그런가 하면 머리부터 발끝까지 GG 모노그램으로 뒤덮인 라 VIP(La VIP), 화려한 플라워 드레스의 백작부인(La Contessa), 리본으로 묶은 니트 셔츠의 남성복 너드(Nerd)에서는 알레산드로 미켈레의 맥시멀리즘과 젠더리스를 기반으로 한 로맨티시즘(2015~2022)을 엿볼 수 있다. 파격 행보는 여기서 끝나지 않는다. 밀라노 패션위크 기간, 런웨이 대신 단편영화 <The Tiger>를 선보인 것. 극장에 다다르기 전, 뉴 구찌를 입은 모델들과 전 세계에서 모인 셀럽들(BTS 진, 박규영, 데미 무어, 기네스 팰트로 등)은 카펫 위를 영화 속 주인공처럼 걸어 다녔고, 이벤트의 화려함을 배가시켰다. 영화는 아카데미 수상 감독 스파이크 존즈와 할리나 레인이 공동 연출했다. 구찌 가문의 후손이자 패션 아이콘 바바라 구찌(Barbara Gucci) 역을 맡은 데미 무어의 혼란스러운(살짝 괴기스러운) 얼굴로 시작된 영화는 단번에 몰입감을 선사했다. 다시 돌아와 첫 번째 룩이자 에디터 픽인, 분노한 여자(L'Incazzata) 룩을 살펴보자. 1960년대풍의 미니 레드 코트에 더해진 헤드 스카프와 장갑, 홀스빗 장식 힐 그리고 구찌의 상징인 대나무 핸들 백은 오랜만에 구찌를 소장하고 싶단 욕구를 일렁이게 했다. 에디터만 그렇게 생각한 건 아니었을 터. 쇼 직후, 구찌는 전 세계 주요 10개 스토어에서 즉각적으로 새로운 컬렉션을 판매하기 시작했다.(청담 플래그십 스토어 포함.) 나 역시 밀라노 매장을 재빠르게 방문했다. 쇼장에서 만났던 전 세계 게스트로 (오랜만에) 북적이는 매장을 보니 다시 한 번 확신이 들었다. 새로운 구찌의 시대가 열렸다. 역시 뎀나! **에디터/ 윤혜영**





The MAVERICK



피터 뮐리에, 의상은 모두 본인의 것.
모델이 입은 드레스, 힐은 Alaïa.

알라이아의 크리에이티브 디렉터 피터 뮐리에는 기술이나 트렌드에 치중하지 않는 옷을 고수한다. 보면 단번에 알 수 있고, 현재 그 어느 때보다 많은 이들에게 각광받고 있다.

Photographer Gwena Elle Trannoy
Stylist Ondine Azoulay

언젠가 파리 8구의 고급 지역인 포부르 생 오노레 15번지에 들어서게 된다면, 당신은 지구상에서 가장 고요하고 완벽한 쇼핑 공간 하나를 발견하게 될 것이다. 알라이아의 플래그십 스토어는 은은한 살구색 톤의 카펫으로 가득하고, 나선형 계단과 필립 말루앵의 풍선처럼 부풀어 오른 몰로 체어 같은 조형물이 매장 안에 전시된 옷들(그리스풍 드레이핑이 돋보이는 보디컨셔스 드레스, 페플럼 웨이스트의 여유로운 팬츠, 크리놀린으로 짠 플레어스커트 등)과 어우러져 있다. 그리고 크루넥 톱과 청바지를 입은, 강단 있어 보이는 47세의 벨기에 남성이 이 모든 장면을 바라보고 있는 모습도 목격할 수 있을 것이다.

알라이아의 4년 차 크리에이티브 디렉터인 피터 뮐리에는 매장을 자주 방문한다. 이는 그가 선호하는 업무 방식 중 하나다. "때로는 두 시간 반 동안 머물기도 해요. 정말 재미있어요. 한 군데에서 온갖 다양한 여성들이 컬렉션을 입고 있는 모습을 볼 수 있으니까요." 뮐리에는 종종 그들에게 다가가 구매를 생각하는 아이템에 대해 자신의 의견을 제시하기도 한다. "마음에 들지 않을 때는 솔직하게 말해요. '차라리 이걸 입어보세요'라고 말하죠. 정직해야 하니까요. 그리고 가끔 매장에서 뭔가를 보면 '아, 세상에, 이건 만들지 말았어야 했는데'라고 생각하기도 해요." 그는 덧붙여 말한다. "알라이아에서는 이런 일이 가능해요. 디자이너가 매장에 와서 고객에게 말을 건다는 게 다른 브랜드에서는 이상할지도 모르지만요."

이상한 정도가 아니다. 대형 패션 브랜드의 크리에이티브 디렉터가, 특히 프런트 로에 앉은 셀럽들만큼 유명세를 탄 인물이 자신의 매장에서 아무도 모르게 돌아다닌다는 건 거의 상상할 수 없는 일이니까. 하지만 뮐리에와 알라이아는 다르다. 이는 7월 중순 폭우 속에서 우버에서 내려 브랜드의 새 본사(세르반 거리의 오스만 양식 건물들 사이에 나타난 검은 강철과 유리로 이루어진 세련된 인더스트리얼 격자 구조의 건물)로 향하는 순간부터 명확해진다.

작은 로비 안으로 들어서니 런웨이 영상이 반복 재생되는 LED 스크린이나 거대하고 번쩍이는 로고가 아닌, 소박한 알라이아 사인과 바닥을 닦고 있는 잘생긴 리셉셔니스트가 나를 맞이한다. 그는 나를 뮐리에가 기다리고 있는 회의실로 안내한다. "안녕하세요!" 뮐리에가 장난기 넘치는 미소를 지으며 말한다. "죄송해요, 이메일 하나만 보낼게요." 그는 청바지와 연회색 크루넥 스웨터를 입고 있다. 한 손에는 에스프레소 컵을, 다른 한 손에는 휴대폰을 들고 있다. 우리는 연한 파란색 수국과 에비앙 생수병으로 갈라진 회의 테이블을 사이에 두고 마주 앉는다. 물병을 여는 데 애를 먹자 그가 대신 열어준다. 대화는 쉽고 자연스럽게 흘러간다. 마치 식탁에서 서로 안부를 묻는 것 같은 느낌. 나는 아주 잠시, 내가 지금 대화하고 있는 사람이 자신의 임기 동안 열렬한, 새로운 세대의 알라이아 마니아들을 생산해낸 남자라는 사실을 잊었다.

20년간 쿠튀리에로 활동한 아제딘 알라이아는 1983년 자신의 브랜드를 독특하고도 매우 소규모로 운영하겠다는 의도 아래 설립했다. 그는 여성의 몸에 꼭 맞춘 디자인을 하고, 한정된 수량으로 생산하는가 하면, 원할 때 컬렉션을 선보이고, 소수 인원만을 쇼에 초대했다. 그의 커리어를 통틀어 관능적인 니트 플레어 드레스와 쿠튀르 바디수트(마치 피부에 부어놓은 것 같다)는 하이패션의 대명사가 되었다. 여성들이 매력적으로 느끼고 또 매혹적으로 보이고 싶게 만든 실루엣과 형태들은 그야말로 한 시대를 정의하는 것이었다. 고객들에게 알라이아는 타협하지 않는 쿠튀리에였다. 대중에게는 '밀착의 귀재'였다. 그런가 하면 슈퍼모델 나오미 캠벨과 스테파니 시모어, 에디터에서 사업가로 변신한 카를라 소차니 같은 그의 내부 서클에 속한 이들에게 그는 단순한 창조적 천재나 재단의 신이 아니었다. 아버지 같은 존재였고, 충실한 친구였으며, 자신의 집에서 열리는 많은 디너 파티의 따뜻한 호스트이기도 했다. 아제딘은 2017년 세상을 떠났는데, 그의 사내 팀 멤버들은(대부분 아직도 메종에서 일하고 있는) 2021년 뮐리에가 새로 임명될 때까지 디자인을 담당했다.





하우스의 수호자로서 뮐리에의 주요 목표는 과거 자신의 역할을 그렇게 언급했듯, 친밀감과 더불어 장인정신을 향한 이 브랜드의 치열한 헌신을 지키는 것이다. 질 샌더와 디올에서 라프 시몬스의 오른팔로, 그리고 캘빈 클라인에서 글로벌 크리에이티브 디렉터로 일한 바 있는 뮐리에는 다른 사람들의 비전을 표현하는 데 풍부한 경험을 가지고 있다. 특히 그 비전들이 광범위한 소비자에게 다가가야 할 때 그의 재능은 빛을 발했다. 반면 창립자로부터 직접 인계된 알라이아의 경우는 모든 것을 친밀하고도 신중하게 고려하도록 만든다. "시간이 좀 걸렸어요. 요즘에는 인플루언서와 결합하지 않거나, 유료 광고를 하지 않거나, 시끄럽지 않거나, 제대로 된 프런트로를 갖추고 있지 않으면 조금 시간이 걸리거든요. 하지만 시간이야말로 알라이아의 일부죠."

뮐리에에게 있어 알라이아의 유산을 살리고 자신만의 비전을 발전시킨다는 것은 신중한 결정을 내리고, 긴밀한 내부 서클을 유지하며(그는 스타일리스트나 머천다이저와 일하지 않는다), 아이디어가 숨 쉴 수 있는 시간을 갖는 것을 의미한다. 그의 말에 따르면 사람들은 "가방이나 신발이 단기간 내에 히트 상품이 될 수 있다"고 생각한다고. "저는 그런 걸 전혀 믿지 않아요." 그는 단호하게 말한다. "제품이 시장에 정착하고 고객들이 그걸 발견하는 데는 시간이 필요해요." 하지만 관심경제의 역풍 속에서 이를 달성한다는 건 상당히 놀라운 성과다.

뮐리에의 알라이아에서 진짜 마법은 럭셔리 브랜드가 잘 팔리는 신발이나 가방보다 훨씬 깊이 들어갈 수 있음을 보여준 것이다. 그의 지휘 하에 알라이아는 이야기가 풍부한 지점을 되찾았고, 자신을 표현할 방법에 굶주린 젊은 고객들이 새로운 팬덤을 형성했다. 물론 히트 액세서리를 만들어내기도 했지만(끝없이 카피되는 메시 발레 플랫, 길쭉한 '테켈' 백과 그것의 더 늘어진 사촌격인 '클릭'까지), 그것은 뮐리에가 우리의 꾸미고 싶은 욕구를 깨우는 옷을 디자인하는 데 탁월한 재주를 가지고 있기 때문이기도 하다. 그의 컬렉션 피스들(과장된 배럴 레그 진과 몸에 감기는 드레스, 구름 같은 소매의 파라슈트 톱과 물결치는 페플럼으로 힙을 강조한 시어한 팬츠)은 착용하는 사람이 독보적으로 빛나도록 만들어준다. 뮐리에의 알라이아에서는 순수한 욕망의 추구가 물건 파는 것보다 우선시된다. "물론 만드는 방법도 여전히 중요해요. 하지만 가장 중요한 건 아니에요. 창의성이 새로운 럭셔리죠. 그건 확신합니다." 영향력 있는 애틀랜타 부티크 앤트/도트(ANT/DOTE)의 공동창립자인 로런 에이모스는 곧잘 자신의 매장에서 여성들이 옷에 어떻게 반응하는지 지켜본다고. "저는 그들이 이 브랜드의 사려 깊은 디자인에 어떻게 반응하는지 봐요. 트렌디한 것은 전혀 없죠. 저는 그런 걸 깊이 존경해요. 고객으로서 한 피스를 입을 때마다 어떤 이상(ideals)을 느끼니까요." 그 매력이란 옷이 착용자에게 주는 은근히 강력한 느낌과 관련 있다고 그녀는 덧붙인다. "알라이아는 소리치지 않지만 관심을 끌죠. 지적이고, 조용히 관능적이면서도 개인적이에요. 대량생산 시대에 저는 이런 점이 여성들에게 필요하다고 생각해요." 뮐리에는 우리 대화 중 몇 번에 걸쳐 알라이아의 생산량이 의도적으로 제한적이라는 점을 강조했다. 그와 그의 팀은 의상을 여러 색이나 소재로 생산하지 않는다. 스튜디오에서 결정한 부분이 만들어지는 것의 전부인 셈이다. 브랜드는 1년에 여름/가을, 겨울/봄으로 단 두 번의 런웨이 쇼만

(왼쪽 위부터 시계 방향)
마일리 사이러스, 리아나,
조디 터너 스미스, 셀레나 고메즈,
제니, 젠데이아, 테일러 러셀,
바네사 커비가 있는 의상은 모두
피터 뮐리에의 Alaïa.
(오른쪽 위) 세르반 49에서
선보인 2025 여름/가을 컬렉션.



톱, 스커트, 타이츠, 펌프스는
모두 Alaïa.

진행하고(요즘은 4번이나 6번이 일반적이 되었지만), 연간 단 두 번의 캠페인만 제작한다. 쇼는 일반적으로 런웨이 프레젠테이션에 사용된 적이 없는 장소에서 열린다. 그리고 알라이아가 쇼를 열 때는 런웨이 이미지를 수백만 번씩 공유하고 '좋아요'를 누르는 알라이아 팔로어들의 관심이 집중된다.

지난가을, 알라이아는 뉴욕 구겐하임 미술관의 나선형 원형 홀을 점령한 채 혁신적이고도 중력을 거스르는 컬렉션을 선보였다. 커브형 뼈대로 부풀어 오른 드레스들과 새로운 모조품을 낳은 벌룬 팬츠, 아메리칸 쿠튀리에 찰스 제임스와 아메리칸 스포츠웨어의 전설 클레어 맥카델을 연상시킨 볼 스커트와 풍성한 미니가 눈에 띄었다. 그리고 뮐리에의 본사가 있는 세르반 거리에서 선보인 2025년 여름/가을 컬렉션이 뒤이었는데, 이는 형태에 대한 일종의 논문과도 같았다. 모델들의 몸을 추상화한 옷들, 비치는 후드 바디수트, 힙과 얼굴 주변에 원통형 내부 튜브가 있는 스커트, 미끄러지는 우주 벌레 같은 소매와 칼라의 재킷, 니트로 짠 스커트와 톱 세트(모든 피스의 표면이 바람 한 점 없는 방에서 날리고 비튼 것처럼 보인다)가 그것이다.

"모든 사람에게 말을 걸려고 하지는 않아요." 지금 당장의 욕망을 만들어내는 것이 무엇을 의미하는지 묻자 그가 대답한다. "우리는 사람들이 우리가 내놓는 걸 보고 다가오는 것을 선호해요." 빠르게 움직이는 패션업계의 더 큰 범주에서 보자면, 알라이아에서 이룬 뮐리에의 성공은 느린 편이다. 메시 혹은 크리스털이나 그로밋으로 장식된 약간 둥근 토의 발레 플랫은 브랜드의 효자 피스가 되었지만, 사실 처음에는 잘 팔리지 않았다. 하지만 뮐리에와 알라이아의 CEO인 미리암 세라노는 1년 동안 매장 선반에 그것을 그대로 유지했다. 오히려 그들은 디자인을 바꾸지 않고 더 많은 색상을 생산했다. 인플루언서 마케팅이나 쇼에서의 유료 프런트 로 없이(여전히 진행하지 않는) 그들은 신발이 인터넷의 진동 밖에서 그리고 현실 세계의 속도 속에서 숙성되도록 두었던 셈이다.

디자이너 알라이아는 실제로 한 벌의 드레스를 완벽하게 만들기 위해 필요하다고 느끼면 수년을 보내곤 했다. 뮐리에는 2021년 2월에 이 일을 맡았고, 첫 컬렉션으로 데뷔하기 전 하우스의 새로운 길을 정리한(아름다움과 표현의 자유에 깊이 뿌리박힌) 브랜드 북을 만드는 데 몇 달을 보냈다. 알라이아가 머리부터 발끝까지 이어지는 토털 룩이나 단일 드레스를 생산했던 반면, 뮐리에는 기존 옷장에 스타일링할 수 있는 개별 피스들을 디자인하는 편. 뮐리에는 '트렌드가 중요한 것이 아니라 독창성이 중요하다'는 개념에 자신의 비전을 두었다. "요즘에는 드문 일이라고 생각해요." 그가 말한다. "알라이아는 50년 동안 그것을 독특한 방식으로 유지했어요. 트렌드에 편승하지 않으려면 얼마나 고집스럽고 확신에 차 있어야 하는지, 믿을 수 없을 정도였죠."

나는 뮐리에가 서브스택(Substack, 여러 트렌드와 개인 스타일을 레고 블록처럼 구축하는 방법에 관해 영리하고 유용한 글들이 모인 곳으로 이 세대의 필수 앱으로 일컬어진다)을 구독하는지 물어봤다. "아니오." 그가 무표정하게 말한다. "스튜디오에서 우리는 규칙이 있어요. (우리가 어떤 걸 작업하고 있는데) 인스타그램에서 그걸 보면, 그 다음 날 없던 걸로 해요. 우리가 어떤 주제를 작업하고 있는데 그것이 온라인상에 나타나면, 솔직히 말해서 꽤 자주 모든 걸 취소합니다. 저는 다른 것만 보여줘요. 알라이아에게는 그것이 중요하다고 생각하거든요. 다르지 않으면 그냥 뉴스레터와 모든 사람이 이야기하는 것과 트렌드의 일부가 되어버려요."

> "
> *당신이 목소리가 크지 않으면 시간은 좀 걸릴 거예요. 하지만 알라이아에게 시간은 일부죠.* -피터 뮐리에
> "

뮐리에는 알고리즘으로부터 자신의 창조적 에너지를 멀리 떼어놓는 데 단호할지 모르지만, 인터넷은 확실히 알라이아를 사랑한다. 틱톡에는 뮐리에의 작품을 언박싱하는 여성들의 무수한 영상이 돌아다니고, 모두 영화 <클루리스(Clueless)>의 셰어 호로위츠가 "아니야, 너는 이해 못해, 이건 알라이아야!"라고 외치는 보이스오버를 배경음악으로 사용한다. "그의 접근 방식이 마음에 들어요." 스타일리스트이자 인스타그램 크리에이터, 그리고 알라이아 팬인 킴 러셀(@thekimbino)이 말한다. "피터가 하는 일은 아제딘이 남긴 독특한 코드의 현대적 해석이라고 느껴져요. 그는 아제딘의 디자인 언어를 복사하는 것이 아니라 브랜드에 일종의 추가를 하고 있는 거예요."

패션 쇼핑 플랫폼 리스트(Lyst)는 알라이아에 대한 온라인 검색이 51% 증가했고 이 브랜드가 2024년 3분기 리스트의 '가장 핫한 브랜드' 랭킹에서 5위를 기록했다고 보고했다. 그리고 뮐리에와 그의 팀이 셀러브리티 앰배서더를 유혹하는 데 노력하지 않았음에도 불구하고, 브랜드는 마일리 사이러스, 젠데이아, 바네사 커비, 리아나와 같은 열성적인 지지자를 얻었다.

7월의 어느 저녁, LA의 조르지오 발디에서 저녁식사를 마치고 나오는 리아나의 모습이 사진에 찍혔다. 튜브가 달린 알라이아의 커스터마이즈한 힙 스커트와 후드 크롭 탱크톱을 입고 있었는데, 이는 정확히 뮐리에의 2025년 여름/가을 컬렉션에서 영감 받은 것이었다. 리아나의 임신한 배가 스커트 허리 위에 놓인 장면은 천사 같고도 근사한 형태를 만들어냈다. "알라이아는 우리가 임신 소식을 함께 전한 첫 번째 브랜드였어요." 리아나의 스타일리스트인 잘릴 위버(Jahleel Weaver)가 말한다. "그냥 자연스럽게 느껴졌어요. 피터는 리아나의 모든 임신 여정의 일부였고, 지난 몇 년간 그녀에게 가장 중요한 순간엔 알라이아가 함께였죠. 그들이 이 과정에 참여하려는 의지와 비전은 많은 것을 말해줘요."

뮐리에는 2025년 여름/가을 쇼가 열린 일주일 후에 리아나가 자신에게 한 말을 기억한다. "커다란 배(belly)와 함께하면 정말 좋을 거예요." 그는 그 룩에 대해 "그녀는 그냥 현대적인 비너스 그 자체죠. 지난 쇼에도 영감을 줬어요. 무엇보다 그녀는 완벽히 소화했어요"라고 말한다. 리아나든 알라이아 매장을 둘러보는 평범한 사람이든, 뮐리에에게는 자신의 디자인을 가지고 노는 여성들의 모습을 보는 것이 궁극적인 성공의 지표다.

사무실과 아틀리에에서는 큰 목소리를 가진 사람이 없을지라도, 뮐리에는 자신의 친구들과 가족의 의견을 매우 중시하며 쇼 후 그들에게 항상 피드백을 요청하는 편이다. "그들은 콘셉트를 이해하지 못했어요." 지난 컬렉션에 대해 지인들이 어떻게 생각했는지 물었을 때, 그가 미소를 지으며 말했다. "하지만 전 그들에게 설명했고 런웨이 밖에서 컬렉션을 보여줬어요. 사실 아주 상업적이에요. 생각해보면 사기가 꽤 쉽죠. 그리고 이 스커트를 입은 리아나를 보세요. 그녀는 (이걸) 티셔츠와 입는데 놀랍죠. 티셔츠나 탱크톱, 심지어 스웨터와도 너무 잘 어울려요."

그는 알라이아가 1980년대와 1990년대의 슈퍼모델들, 그리고 티나 터너와 그레이스 존스 같은 뮤즈들을 통해 자신과 자신의 브랜드를 팝 컬처 역사에 새겨넣었지만, 그것은 접근하기 어려운 면이 있었다고 지적한다. 아마도 그것은 그의 쇼가 너무 개인적이었거나 혹은 인기 있는 코르셋 벨트와 훌륭한 신발 컬렉션 이상의 액세서리로 자신의 하우스를 브랜딩하지 않았기 때문일 것이다. "당시는 더 사적인 클럽 같았어요. 그런데 요즘은 그걸 브랜드 콘셉트로 유지하는 것은 맞지 않는다고 느껴요."

대신 뮐리에가 한 것은 그때를 연상시키는 쇼를 열어(그는 여전히 "꿈꾸게 해야 한다"고 말한다) 꿈과 현실을 연결하고, 한편으로는 세상에 나가 입을 수 있고 길에서 사람들의 발걸음을 멈추게 할 수 있는 기성복으로서 그 나머지 환상을 써 내려가는 것이다. 그는 Z세대의 패션 팬들이 지금의 알라이아를 수집하고 영원히 간직하기를 바란다. "그것이 우리에게 줄 수 있는 가장 큰 칭찬이에요. 우리는 사람들이 아주 빨리 지루해하는 세상에 살고 있죠. 그건 그들이 구입하는 것에 대해서도 지루해한다는 뜻이죠. 사람들이 브랜드를 살아 있게 해줬으면 해요." 그는 또한 그들이 각자의 조건에 따라 의문 없이, 알라이아가 상상하지 못한 방식으로 옷을 입기를 바라고 있다. "창의성은 다시 크게 돌아올 거예요. 사람들은 언제나 뭔가 다른 것에 목말라하니까요." B 글/ Brooke Bobb 번역/ 이민경 에디터/ 윤혜영



드레스, 귀고리, 장갑, 부츠는
모두 Alaïa.

디자인/ 진문주

ETERNAL OPTIMISM

냉소주의가 완연한 시대. 허나 퓰리처상을 수상한 평론가 로빈 기번(Robin Givhan)은 이렇게 말한다. "패션이 가장 빛날 때는 희망을 비춰줄 때"라고.

최근 패션은 아주 짧은 기간 동안 창의적이고 친근했으며, 매출 역시 상승가도를 달렸다. 패션은 늘 누구라도 기대할 만한 덕목을 갖추고 있었다. 결코 완벽하진 않지만 그럼에도 패션은 가능한 가장 최선을 위해 묵묵히 앞으로 나아가고 있는 듯했다.

몸 긍정주의(body-positivity) 운동은 런웨이, 광고, 잡지 등에 다양한 체형의 모델이 등장할 수 있도록 큰 역할을 했다. 기업의 최고 경영자들은 역사상 소외되었던 사람들에게 문을 열어주기 위한 의식적인 행보를 선보였다. 또 다양성과 공평성, 포용성은 문화 담론에서 바람직한 측면으로 여겨졌다. 젠더는 크고 아름답고 모호함이 공존하는 스펙트럼이었다. 그리고 2013년부터 41세의 나이로 세상을 떠난 2021년까지, 럭셔리 스트리트 패션에 새로운 지평을 연 버질 아블로는 패션계가 시야를 넓히기만 한다면 수많은 비주류 인재들이 주목받을 수 있다는 사실을 알려준 상징적 존재가 됐다.

패션에는 낙관주의가 넘쳐 흘렀으며, 낙관주의는 쿨해 보였다. 나는 지난 2년 동안 버질 아블로가 창조한 패션의 세계를 이해하는 데 많은 시간을 할애했다. 그는 루이 비통 남성복 최초의 흑인 아티스틱 디렉터였으며, 오프화이트를 만든 장본인이다. 그는 패션계에 새로운 역사를 쓰고 장벽을 허물었다. 패션을 너무나 사랑하고 특히나 유명 디자이너 브랜드를 사랑하는 소외된 사람들에게 폐쇄적인 세계의 일부가 된 듯한 기분을 느끼게 했다. 그는 어떻게든 소수의 고상함을 친근하게 만들어냈다. 놀라울 정도로 짧지만 영향력이 어마어마했던 버질 아블로의 이력은 내 연구의 주제였다. 그 결과물이 책 <Make It Ours: Crashing the Gates of Culture with Virgil Abloh(우리 것으로 만들기: 버질 아블로와 문화의 문턱을 깨부수다)>다. 이 책은 버질 아블로의 전기이지만, 동시에 디자인 학교도 다니지 않았고, 수많은 견습 경력을 자랑하지도 않았으며, 심지어 부유한 가문의 후손도 아니었던 그가 성공할 수 있었던 패션계의 변화를 다룬 책이기도 하다.

아블로의 성공에는 여러 가지 이유가 있었다. 그중 첫 번째는 그의 재능이다. 그 외에도 패션의 생태계에서 남성복, 스니커즈, 소셜미디어, 흑인 남성이 중요한 존재로 부상한 것도 요인이 됐다. 하지만 그의 성공에 가장 결정적인 요인이 된 것은 낙관적인 감각이었다. 아블로는 이렇게 말한 적이 있다. "제가 여기까지 올 수 있었던 비결에는 평정심을 유지하는 데 능하고 낙관주의자이기 때문이죠. 저는 세상이 더 나아질 수 있다고 진심으로 믿고 있어요. 분명히 그렇게 말할 수 있습니다." 그는 자신이 만드는 옷들이 낙관주의를 기반으로 한다는 것을 잘 알고 있었다. 어떤 옷들은 훌륭했지만, 많은 옷들은 그저 괜찮은 정도였다. 그 외의 것들은 좋지 않았다. 하지만 그보다 중요한 건 그가 자신의 고객들과 소통하는 방식 역시 낙관주의를 기반으로 한다는 점이었다. 버질 아블로가 해낼 수 있다면, 그들도 해낼 수 있다. 아블로는 자신의 성공을 즐김과 동시에 타인의 성공 또한 열광하며 기뻐했다. 그의 인스타그램은 창의성과 가능성을 이야기하는 그룹 채팅방에 가까웠다. 버질 아블로는 친절했다. 사람들이 나에게 그를 설명할 때 가장 많이 말한 단어가 '착하다(nice)'는 것이었다. 아블로의 친절함은 그가 이뤄낼 것들을 예고하는 보증수표 같은 것이었다. 나이키에서 아블로와 함께 스니커즈 컬래버레이션 프로젝트를 진행한 프레이저 쿡은 "단순히 아블로가 착해서 성공했다는 의미로 한 말은 아니에요. 아블로는 상대방에게 진심으로 마음을 열고 공평하게 대하는 것 같았죠. 그게 사람들이 그와 함께 일하고 싶어했으며, 아블로를 따뜻하게 대한 이유입니다"라고 말했다. 또 "안타깝게도 그런 사람은 많지 않죠. 정말 특별한 부분이에요"라고 덧붙였다.

확실히 패션계에는 친절함이 부족하다. 하지만 지금 당장의 상황을 보자면 미국 전체에 친절함이 부족한 형편이다. 우리는 비열함을 자랑하는 현 행정부에 점점 더 깊이 휘둘리고 있다. 한때 '악해지지 말라(Don't be evil)'며 스스로를 경계하던 테크 업계는 이제는 더 이상 그런 모토에 관심을 두지 않는다. 오히려 사람들을 포함해 많은 것들을 파괴하는 것에 아무 거리낌이 없어 보인다. 현재 정치적, 상업적 변화와 함께 미학적인 분위기 또한 180도 바뀌었다. 전통적인 주부의 모습을 전시하는 '트래드와이프(tradwife)', 그리고 반여성주의 정서를 기반으로 남성의 권리를 주장하는 커뮤니티들이 저지르는 악행은 성별 고정관념을 더욱 세게 밀어붙이고 있다. 돈은 안정을 찾기 위한 형태나 즐거움을 주는 멋진 물건들을 사기 위한 수단보다는 인간 가치의 척도가 되었다.

한때 비열함은 금을 캐려고 달려드는 사람들이 불운하게도 빠져들고 마는 수렁 같은 것이었다. 그러나 이제는 비열함 자체가 이 모든 과정의 핵심이다. 지금의 정치적, 사회적, 미학적 온도를 드러내는 수많은 장면 중에서도 가장 아찔한 것은 크리스티 놈(Kristi Noem)과 금시계다.

크리스티 놈은 미국 국토안보부 장관이다. 국토안보부는 하루 3천 명가량의 미등록



Nina Chanel Abney, <DANCE 1>, 2022, COLLAGE ON PANEL, 57 1/2 x 39 3/8 IN (Paper), 59 x 40 7/8 x 1 3/8 IN (Framed) © Nina Chanel Abney

이주민을 추방하겠다는 트럼프 행정부의 목표를 관리 감독하는 정부 기관이다. 목표치를 달성하기 위해 연방 요원들은 마스크를 쓰고 거리와 주차장, 신호 대기 중인 차에 있는 사람들을 포위하며 단속 활동을 했다. 억류된 사람들을 모두 수용하는 건 어려운 일이었다. 정부는 최근 '앨리게이터 알카트라즈(플로리다 에버글레이즈 가운데 지었으며 허리케인, 모기, 파충류가 많은 다소 불안정한 수용소)'를 공개했는데, 그전까지 사람들의 관심은 구금자들을 보낼 엘살바도르에 위치한 거대한 창고형 감옥 '테러범 수용 센터(Terrorism Confinement Center)'에 집중되었다.
라틴아메리카 시설을 시찰하던 놈 장관은 현장에 모인 언론에 범죄, 추방, 이민에 대해 이야기했다. 이때 그녀는 긴 소매 흰색 티셔츠, 회색 스트링 팬츠, 국토안보부 야구모자 차림이었으며, 여기에 5만 달러짜리 18K 금시계를 착용하고 있었다.
시계가 눈에 띄는 일 없이 이날을 넘겼을 수도 있다. 하지만 놈은 수감자들이 마치 나뭇가지처럼 빽빽이 서 있는 감방 앞에서 동영상을 촬영했다. 미국에 오는 것을 고민하고 있을지도 모르는 이민자들을 향해 그녀가 이 엘살바도르의 감옥이 당신들의 운명이 될 수도 있다고 경고하자 금빛 시곗줄이 빛을 반사하며 반짝였다. '유타 컬(Utah curl)' 스타일의 긴 갈색 머리칼은 어깨 아래로 늘어뜨려져 있었다. 카메라 촬영을 대비한 메이크업이 아니었더라도 명백히 화려한 차림이었다.
옛날 광고 속 '브렉 걸(Breck-girl)'처럼 반들거리는 이미지를 추구하며 부를 과시하는 크리스티 놈의 행동에는 어딘가 악의적인 면이 있다. 놈의 차림새는 그녀가 수감자들에 비해 특권층일 뿐만 아니라, 그들과 달리 더욱 '인간다운 인간'이라는 메시지를 전달한 것이었다. 놈은 1950년대에 정의됐던 전형적인 미국인의 모습을 하고 있었다. 카메라를 응시하는 수감자들은 머리가 깎여 있었고 많은 이들이 상의를 입지 않았다. 옷을 다 입은 사람들은 흰색의 죄수복을 입고 있었는데 이는 개성이나 자율성을 한 톨도 남기지 않고 파괴하는 것이 가장 중요한 목적이었다.
몇 해 동안 패션계에 등장한 많은 트렌드는 사람들로 하여금 신랄하고 냉담한 태도를 갖도록 부추겼다. 패션은 부, 지위, 성적 매력을 과시하기 위해 단추를 채우고 끈을 묶는 온갖 종류의 스타일을 쏟아냈고, 그 스타일을 입은 사람들을 차갑고 무표정하게 만들었다. 애니메이션 <마스터즈 오브 더 유니버스(Masters of the Universe)>를 보고 있자면 뼈가 드러날 정도로 마른 몸매를 유지하는 상류층 여성들의 유행과 당시 월스트리트의 거물들이 떠오른다. 이 시기 남성들의 '파워 타이(Power Tie)'와 아르마니의 수트, 또 크리스찬 라크루아의 푸프 스커트가 사치와 권력을 드러냈다. 동시에 어딘가 퇴폐적이고 나름의 유머 감각이 엿보였다. 개인의 성공을 자랑스레 내보이는 아이템이었던 것이다.
이제 옷은 타인의 실패, 혹은 여성성이나 남성성, 애국심에 기준을 설정한 후 여기에 미치지 못하는 타인의 무능함, 혹은 타인의 무엇이라도 손가락질하려는 것처럼 보인다.

"
패션은 우리가 스스로를 정해진 틀에 끼워 맞추는 것이 아닌 자신을 표현하고 영감을 줄 때 진정성을 갖는다.
"

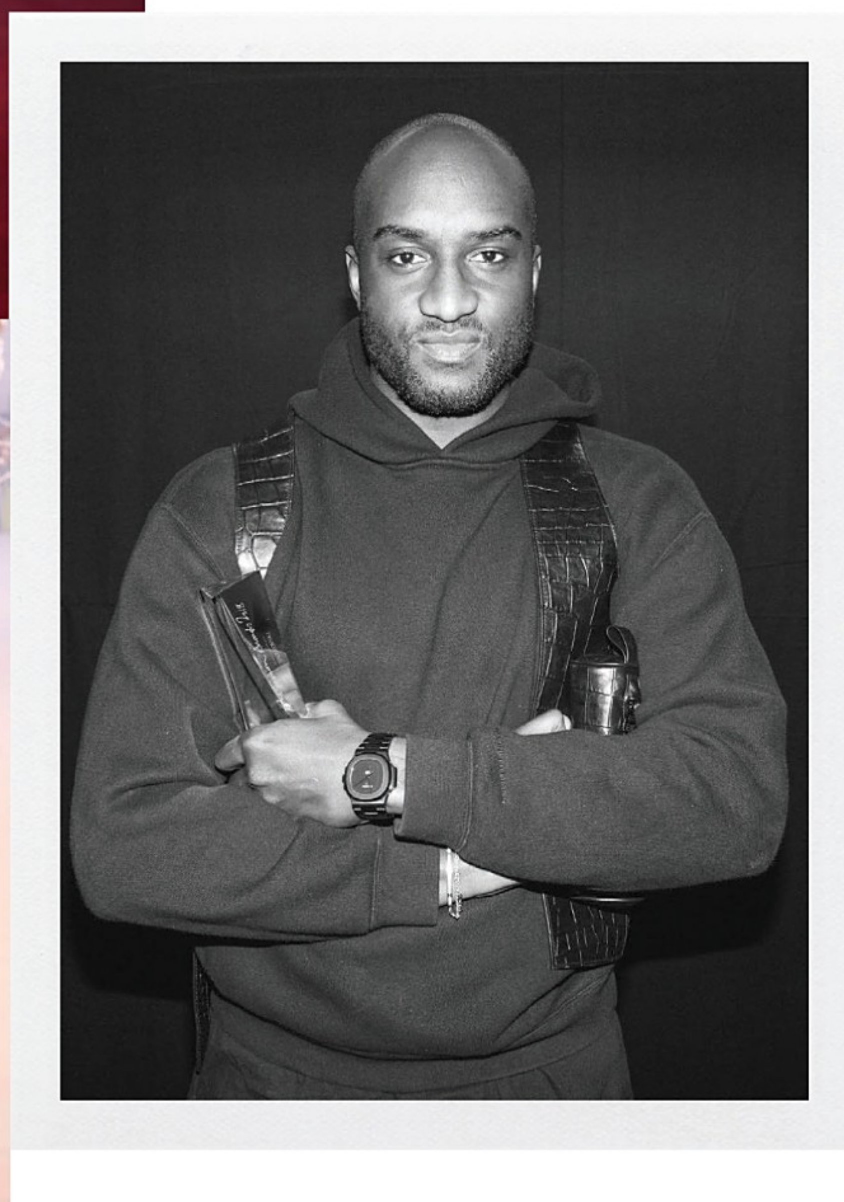
과거 테크 업계의 남성 리더들은 너절한 옷들을 흐트러지게 입는 행위로 권력의 전당을 누비며 자신들의 능력을 즐겼다. 그들이 입었던 후드티와 축 늘어진 청바지는 권력에 관한 일종의 이상주의를 제시했다. 권력은 혈통을 통해 계승되어서는 안 되며, 전통이나 어떤 가정에 얽매일 필요도 없고, 민첩하게 움직이며 세상을 열고 경계를 넘어 사람들을 연결하는 것을 목표로 삼을 수 있다는 이상주의 말이다. 허나 이제는 너무나 많은 테크 업계 리더들이 트럼프식 MAGA(Make America Great Again)의 비열함으로 자신을 치장하고 있다. 그 옷차림은 만화에 나오는 악당처럼 느껴진다.
정부의 사업과 정부 내 일자리를 한창 썰어내던 때 일론 머스크는 어두운 컬러의 MAGA 야구모자를 쓰고 보수 활동가들의 컨퍼런스 무대에 오르며 전기톱을 트로피처럼 들어올렸다. 사실과 허위 정보를 구분하는 것을 점점 더 어렵게 만든 페이스북의 수장 마크 저커버그는 스타일 변신을 감행했다. 그는 짧은 크루컷 헤어스타일에 후드티를 입은 이상적인 청소년의 모습에서 벗어났다. 그는 머리를 길렀고 아이들이 잠에 들기 전 자신이 노래해준다는 유대교 기도문이 새겨진 골드 참 목걸이를 착용한다. 여기에 래퍼 티페인(T-Pain)에게서 선물 받은 골드 체인 목걸이도 가끔 함께 착용한다. 두 목걸이의 조합은 저녁 시간 아이들에게 자장가를 불러주는 아빠의 모습이 아닌, 디지털로 가득한 세상에서 힘 있는 남성을 코스프레하는 효과를 낸다. 아마존 창업자 제프 베조스는 이미 오래전에 책을 좋아하는 사업가에서 몸에 붙는 티셔츠와 선글라스를 쓰는 자신감 넘치는 억만장자로 변신했다. 그의 모습은 환경, 취약계층, 우리가 아는 민주주의를 보호하기 위해 만든 모든 규제가 어떤 방식으로든 세계에서 가장 부유한 나라인 미국의 경제 성장을 저해했다고 넌지시 암시했다.
비열함이 유행이다. 잔인함은 일종의 미학적 장식이 되었다. 너무나 많은 문화적 기준들이 엄격한 젠더 도상학을 건드린다. 여성은 길게 흘러내리는 머리, 밝은 색상의 몸에 꼭 맞는 드레스, 하이힐, 주얼리, 모피를 떠올리게 하고, 남성은 파워 수트, 포마드 헤어, 단단한 팔뚝, 그리고 붉은 넥타이 군단들(트럼프를 묘사한 표현으로 해석된다)이다. 하지만 패션은 우리가 스스로를 정해진 틀에 끼워 맞추는 것이 아닌 자신을 표현하고 영감을 줄 때 진정성을 갖는다. 염세주의에 반발할 때, 낙관주의를 좇을 때, 특권층이 아닌 아웃사이더(괴짜라고 불리는)로부터 영감을 얻을 때 패션은 가장 빛난다.
최근의 컬렉션들을 돌이켜보면, 기벽과 젊은 에너지로 관중을 즐겁게 하고자 했던 디자이너들의 컬렉션이 가장 기억에 남는다. 시대상을 진지하게 녹여내면서도, 우리는 투지와 친절함을 통해 앞으로 나아가야 한다는 신념을 확고하게 표현한 디자이너들의 작품도 인상적이었다.
조너선 앤더슨은 디올에서의 데뷔 컬렉션인 2026년 봄 남성복 컬렉션에서 브랜드의 역사에 존경을 표하면서도 유희적인 접근을 시도했다. 부활절 달걀에 칠하는 밝은 컬러를 디올 그레이에 섞어 넣었고 전통적인 성별 고정관념에 얽매이지 않았으며 장식적인 디테일을 적절하게 녹여냈다. 조너선의 데뷔 쇼는 더 자세히 보고 싶어 몸을 기울이게 만드는 컬렉션이었다. 마찬가지로 지난 6월 파리에서 선보인 윌리 차바리아의 2026년 봄 컬렉션은 트럼프 행정부의 이민자 공격을 드라마틱하게 표현했다. 흰색 오버사이즈 티셔츠를 입은 흑인과 유색인종 모델들이 영어와 스페인어로 부른 'California Dreamin'의 선율에 맞춰 런웨이를 걸었다. 그리고 많은 추방자들이 적법한 절차 없이 감옥으로 보내진 후 강제로 그래야 했던 것처럼 대형을 이뤄 무릎을 꿇었다. 이 컬렉션의 타이틀은 캘리포니아 산호와킨 계곡에 있는 멕시코계 미국인인 디자이너의 고향 이름을 딴 '휴런(Huron)'이었다. 햇살 같은 노란색, 홍시색, 청록색 톤의 옷을 입은 우아하고 자신감 넘치는 남녀 모델들이 런웨이에 등장해 지금의 이민자들이 내면에 갖고 있는 멋, 활력 그리고 낙관주의를 담아내며 찬양했다. 패션은 어쩌면 꿈이 현실이 될 수도 있다는 마음속 깊은 곳의 작은 목소리를 증폭하는 역할을 할 때 가장 놀랍다.
아블로는 그것이 사실임을 알고 있었다. 그는 오랫동안 화려하고 멋지고 세련된 세상을 들여다본 아웃사이더였다. 그가 패션을 사랑한 건 패션이 남들보다 더 권력을 가졌다는 기분을 느끼게 해주거나 자신이 남들보다 낫다는 기분을 느낄 수 있기 때문이 아니었다. 그가 패션을 사랑한 이유는 패션이 그에게 공동체의 일원이라는 느낌을 주었기 때문이었다. 낙관주의 위에 세워진 공동체. 패션뿐만 아니라 영혼에도 좋은 공동체 말이다. B **글/ Robin Givhan 번역/ 박수진 에디터/ 김경후**







(위부터 시계 방향) 디올 맨 2026 S/S 컬렉션. 루이 비통 2019 S/S 남성복 컬렉션. 디자이너 버질 아블로. 오프화이트 2022 F/W 컬렉션. 윌리 차바리아 2026 S/S 컬렉션.





사진/ Getty Images(인물), Launchmetrics(런웨이) 디자인/ 한상영



NEW UNIVERSE

샤넬의 새 시대, 마티유 블라지가 이끈 2026 S/S 컬렉션이 공개됐다.
파리 패션위크 현장에서 겪은 그날의 생생한 이야기를 전한다.



샤넬 2026 S/S 피날레.

"샤넬은 사랑에 관한 이야기다." 마티유 블라지는 쇼 노트를 열며 이렇게 말했다. 그의 첫 컬렉션 주제는 이 한 문장으로 충분했다. 이어 그는 "획일적인 단조로움에 허비할 시간이 없다. 일할 시간, 사랑을 위한 시간만 있을 뿐, 그 외의 시간은 없다"는 가브리엘 샤넬의 과거 발언에 답하듯 "패션에서 모더니티(modernity, 현대성)의 탄생은 하나의 사랑 이야기에서 비롯한다"고 했다. 두 인물의 시간과 공간을 초월한 대화가 샤넬이라는 우주 안에서 새롭게 펼쳐졌다. 쇼가 열린 그랑 팔레의 공기는 조용했지만 긴장감이 감돌았다.

코코 샤넬은 "패션은 단지 옷이 아니라 살아 있는 방식"이라고 말했다. 이번 시즌, 블라지는 그 말을 가장 현대적으로 실현했다. 샤넬이 지켜온 언어를 그대로 두되, 그 문법을 다시 쓴 것. 트위드, 리본, 진주, 단정한 버튼 라인까지, 클래식의 어휘는 남아 있지만 리듬은 달랐다. 익숙한 선과 결 사이로, 미묘하게 낯선 숨결이 스며들었다.

런웨이의 첫 장면은 남성복에서 출발했다. 셔츠와 팬츠. 샤넬이 한때 사랑했던 남자 보이 카펠의 옷장에서 빌려 입었던 바로 그 복장. 이어 블라지의 시대를 예고하듯 티저로 이미 공개했던 셔츠 룩이 등장하며 시선을 사로잡았다. 프랑스의 유서 깊은 셔츠 메이커 샤르베(Charvet)와 함께 만든 이 셔츠는 전통적 남성복 비율을 따르되, 아이코닉한 체인으로 무게를 더해 긴장감을 주었다. 그 구간, 구조적인 테일러드 재킷과 팬츠, 거친 마감과 날카로운 커팅의 남성적 수트가 연속 등장하며, 오히려 정제된 아름다움이 수면 위로 드러났다. 남성성과 여성성의 경계가 느슨하게 풀리는 형상. 이 장면은 단순한 복고가 아니다. 코코 샤넬이 처음 남성복을 자신의 언어로 바꿨던 역사적 순간이 다시 재현됐다. 현실적이지만 낭만적이고, 실용적이지만 매혹적인 여성상. 부드러운 드레이프와 매듭, 실크 니트가 교차하며 낮의 단정함이 밤의 관능으로 이어지는 흐름 또한 블라지가 구현한 샤넬식 여성의 초상이었다. '무언가를 위한 여성'이 아닌 '누군가로 존재하는 여성' 말이다.

트위드도 여전히 중심에 있었지만, 이번에는 다른 형태였다. 영국에 뿌리를 뒀으나 샤넬이 채택해 새롭게 사랑받았던 트위드는 오늘날 블라지의 손끝에서 도시적 리듬으로 변주됐다. 스커트 슬릿은 이너웨어를 아슬아슬하게 가릴 정도로 트여 있거나 로 라이즈로 구현되면서 낮과 밤, 그리고 실용성과 아름다움 사이에서 자유롭고 완벽하게 균형을 잡았다. 컬러 팔레트 역시 단정하지만 유연했다. 블랙과 화이트의 대조는 샤넬의 정체성을 상징했으며, 아르데코 건축의 기하학적 라인에서 가져온 그래픽 구조는 실크 니트의 유려한 실루엣에 스며들었다. 플로럴 모티프는 추상적으로 재해석돼 입체감을 얻었고, 손으로 그린 듯한 핸드페인팅 프린트는 꽃잎의 결을 직접적으로 묘사하지 않으면서도 향기까지 상상하게 만들었다.

이 외에도 컬렉션 중반부에 등장한 데이웨어는 블라지의 세심한 감각을 증명하기에 충분했다. 완벽하게 마감하는 대신 살짝 구겨진 듯한 트위드 재킷, 눌린 자국이 남은 2.55 백, 올이 풀린 듯한 니트 수트. 모두 새것이 아니라 오래 입어 몸에 맞춰진 듯 자연스러웠다. 그것이 진짜 시크함이라는 듯. 까멜리아도 더 이상 완벽한 꽃 모양이 아니었다. 구겨진 채로, 혹은 실크 니트 위에 스며들듯 놓여 있었다. 액세서리 역시 이 리듬을 따라간다. 진주는 목에 국한하지 않고 헤어라인을 따라 흐르거나 단추로 장식됐다. 블랙 리본은 허리나 손목에 가볍게 묶였다. 가방은 구조적 형태를 유지하면서도 양면으로 들 수 있는 멀티 웨어 형태를 취해 실용성을 더했고, 슈즈는 낮은 굽으로 현대적 균형을 구현했다.

마티유 블라지의 첫 샤넬 컬렉션은 계승과 혁신을 동시에 담았다. 지금 이 시대 여성이 어떻게 입고 움직이며, 어떤 방식으로 사랑할 수 있는가에 대한 대답으로 말이다. (누군가는 샤넬 리시(resee, 쇼 이튿날 룩을 자세히 볼 수 있도록 프레스를 초대해 개최하는 프레젠테이션)를 다녀온 이후 "단언코 블라지의 피스들은 가까이서 봐야 진가를 알아볼 수 있다"며 극찬했다.) 셔츠와 팬츠에서 시작된 이야기는 트위드, 실크, 니트로 이어지며 낮과 밤, 일과 사랑, 규율과 자유의 경계를 넘나들었다. 그러한 의미에서 이번 쇼는 단 하나의 샤넬 여성이 아니라 각자의 방식으로 존재하는 모든 여성을 위한 러브레터가 아닐까. 샤넬의 옷은 여전히 일하는 여성을 위한 것이고, 동시에 사랑을 향한 옷이니까. 자유로운 삶을 꿈꾸는 모든 여성의 이야기. 2026년 봄, 블라지가 이끈 샤넬의 새로운 시대가 그렇게 시작됐다. B

에디터/ 윤혜연


우주를 형상화한 샤넬 2026 S/S 런웨이 베뉴.


톤온톤으로 스타일링한 트위드 수트와 백. 샤넬 특유의 여유롭고 우아한 분위기를 자아낸다.


메시한 원단 위에 실 가닥으로 수놓은 플라워 아플리케가 메종의 장인정신을 증명한다.


커브드 숄더 라인이 구조적인 실루엣을 구현한다.


깃털로 덮인 스커트와 단정한 셔츠의 대비.

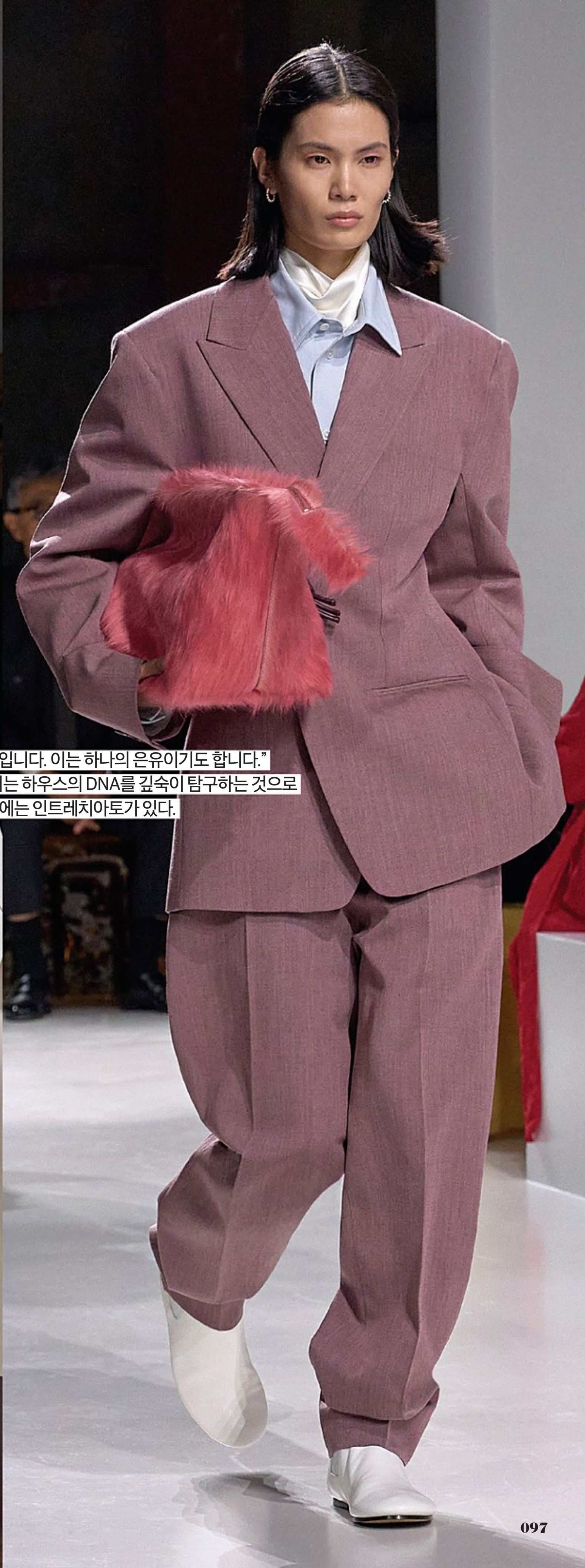
사진/ © Chanel 디자인/ 이예슬



THE SPIRIT OF INTRECCIATO







"보테가 베네타의 언어는 인트레치아토입니다. 이는 하나의 은유이기도 합니다."
보테가 베네타의 새로운 수장, 루이스 트로터는 하우스의 DNA를 깊숙이 탐구하는 것으로
첫 쇼를 준비했다. 그 중심에는 인트레치아토가 있다.



강렬한 컬러와 보송보송한 촉감이 조화를 이룬 뮬.



베네타 백의 귀환. 새로운 사이즈인 '베이비 베네타' 거꾸로 들기.

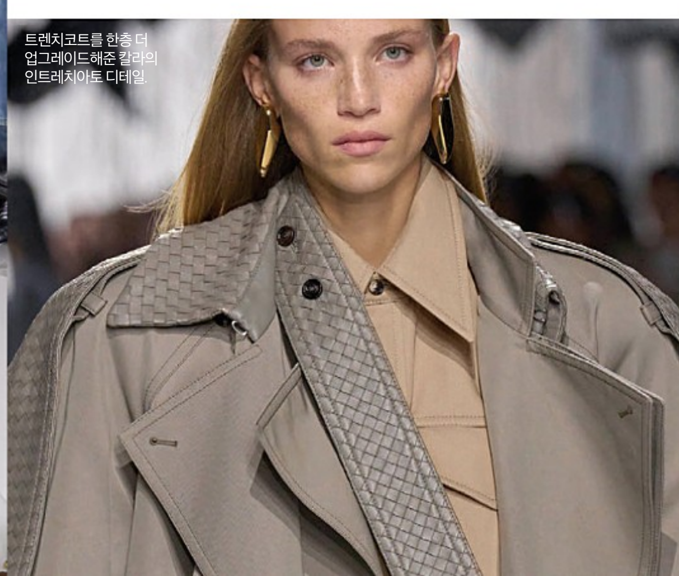
지난 1년간 패션계에는 전례 없는 '크리에이티브 디렉터 의자 뺏기' 게임이 시작된 듯했다. 그 수만 해도 무려 16명. 인사 이동 속 유일하게 이름을 올린 여성은 보테가 베네타의 새로운 수장 루이스 트로터(Louise Trotter)뿐이었다.(최근 프로엔자 스쿨러의 레이첼 스콧과 펜디의 마리아 그라치아 치우리가 지휘봉을 잡으면서 그 숫자는 세 명이 되었지만.) 더군다나 보테가 베네타가 속한 케링(Kering) 그룹 안에서도 유일한 여성이니, 남성우월주의에 빠진 패션계를 비난하던 런던 기반의 매거진 <1 Granary>가 루이스 트로터의 임명 소식에 'YEEEEEESSSSS!!!!!'라는 열광적인 피드를 올릴 만도 했다. 그렇다면 아직은 낯선 이름인 루이스 트로터는 어떤 인물일까? 1969년생 영국 출신의 그녀는 조셉, 라코스테, 까르뱅을 거치며 탄탄한 커리어를 쌓아온 인물이다. 절제된 럭셔리, 실용성과 우아함의 조화, 장인정신 존중이 그녀의 디자인 철학으로, 보테가 베네타 역시 그녀를 임명하며 '실제 삶에서 영감을 끄집어내는 능력'과 '장인정신에 대한 치밀한 접근 방식'을 높이 평가했다.

그동안 어둠이 내리깔린 뒤 쇼를 선보였던 전임자 마티유 블라지와 정반대로, 트로터는 햇살이 내리쬐는 낮에 게스트들을 초대했다. 쇼는 영국 아티스트이자 아카데미 수상 감독인 스티브 맥퀸(Steve Mcqueen)이 참여한 사운드트랙 "66-'76'이 흘러나오며 시작되었다. 이는 니나 시몬(Nina Simone)과 데이비드 보위(David Bowie)가 각각 1966년과 1976년에 녹음한 'Wild Is the Wind'를 재해석한 것으로 두 목소리가 하나의 듀엣처럼 어우러진다. 스티브 맥퀸은 이를 시대와 장르를 초월한 '청각적 인트레치아토(Aural Intrecciato)'라 설명한다. "두 목소리를 함께 엮기로 결정했을 때 놀라울 만큼 조화를 이루고 있음을 느꼈습니다. 마치 반드시 만나 함께해야 할 운명과도 같았죠. 이 과정은 저에게 노래 속 갈망과 로맨틱한 감정을 한층 고조시켜주는 계기가 되었습니다."

여기서 우리는 루이스 트로터의 새 컬렉션에 대한 단서를 찾을 수 있다. "보테가 베네타의 언어는 인트레치아토입니다. 이는 하나의 은유이기도 합니다. 서로 다른 두 조각이 함께 엮여 더 강해지고, 서로를 보완하며 하나의 강한 전체가 됩니다." 이탈리아어로 '짜여진, 엮인'이란 뜻을 가진 인트레치아토는 1966년 보테가 베네타가 처음 설립된 이래 늘 하우스를 관통하는 핵심 DNA였다. 트로터는 집요하리만큼 인트레치아토를 탐구했고, 그 결과 뱀 비늘처럼 보이는 테일러 코트, 가죽으로 만든 드라마틱한 케이프, 칼라에 포인트를 준 오버사이즈 트렌치코트 등 인트레치아토



쇼 후반부에 시작된 감각적인 컬러 플레이!



트렌치코트를 한층 더 업그레이드해준 칼라의 인트레치아토 디테일.



어느 것 하나 허투루 하지 않은 섬세함. 여러 겹의 패브릭을 엮어 볼륨감과 드라마를 더했다.



더 길고 커진 '로렌' 백과 인트레치아토 디테일의 스카프.

사진/ © Bottega Veneta 디자인/ 한상영



'농담처럼 우아한' 포인티드 토 클로그.



쇼의 큰 축을 담당한 인트레치아토 디테일.

를 다채롭게 활용한 룩과 액세서리가 이어졌다. 특히 9mm×12mm의 클래식한 비율을 다시 되살린 것이 특징. 또 쇼 노트에는 '베니스의 화려함, 뉴욕의 에너지, 밀라노의 본질주의'란 문구가 적혀 있었는데, 이는 하우스 최초의 여성 크리에이티브 디렉터였던 로라 브라지온(Laura Braggion)의 여정을 상상하며, '이탈리아 여성으로서 뉴욕으로 떠날 때 느꼈던 해방감'을 컬렉션의 서사로 삼은 것이다. 그 핵심은 '움직임'이다. 가죽 스트랩을 여러 겹으로 엮은 스커트나 마치 금속 혹은 털처럼 몽환적으로 흩날리던 재활용 유리 섬유 소재의 톱, 프린지나 술 장식이 자아내는 드라마를 보라. 또 강조된 어깨 라인의 턱시도 재킷부터 과장된 볼륨감, 지나치다 싶을 정도로 긴 바지까지. 여기에 전통 남성복 테일러링의 엄격함 속 곳곳에서 발견된 어깨 끈이 흘러내린 구조적인 드레스들은 '은근한 도발'을 더하며 쇼의 균형을 이뤘다. 모노톤 시리즈로 시작된 쇼는 핑크, 옐로, 그린, 오렌지 등으로 확장되었고, 보테가 베네타의 산뜻한 출발을 알렸다.

프런트 로에는 BTS의 RM, 스트레이 키즈(Stray Kids)의 아이엔, 미야오(MEOVV)의 수인, 그리고 배우 줄리안 무어, 로렌 허튼이 앉아 있었다. 로렌 허튼과 보테가 베네타의 깊은 인연은 1980년으로 거슬러 올라간다. 영화 <아메리칸 지골로> 속 로렌 허튼의 클러치는 보테가 베네타를 세계적인 브랜드로 발돋움시킨 상징적인 아이템으로, 트로터는 이 '로렌 클러치'에 주목했다. 아이코닉한 실루엣을 더 크게 세로로 길어진 비율로 재해석했고, 고전적인 인트레치아토 가죽은 물론 부드러운 송아지 가죽과 이국적인 소재로 다양한 변신을 꾀했다. 또 다른 아이코닉 아이템인 '놋(Knot)' 백은 한층 부드럽고 여유로운 형태로, '까바(Cabat)' 백은 클러치 형태로 재탄생했다. 슈즈는 포인티드 토 클로그가 눈에 띈다. "농담처럼 우아한 클로그"가 등장했다는 어떤 이의 말처럼, 강한 인상을 준다. 신발 역시 인트레치아토 디테일이 빠지지 않았다.

루이스 트로터의 첫 보테가 베네타 컬렉션은 '과거와 현재의 얽힘'을 시각적이고 청각적 언어로 풀어낸 시도였다. 또 하우스의 DNA인 장인정신에 대한 헌신을 기반으로 자신에게 주어진 환경을 마음껏 즐기고 있음을 보여주는 듯했다. 쇼가 끝난 뒤 트로터는 백스테이지에 모인 이들에게 소감을 전했다. "나는 사탕 상자 안에 있어요." 자신이 얼마나 달콤하고, 아름다운 세상 속에 있는지 믿기지 않는다는 그녀는 뒤이어 덧붙인다. "아이처럼 들뜨기보단 가진 게 얼마나 귀한지 아는 어른이고 싶어요." B 에디터/ 윤혜영



데님처럼 보이는 스웨이드 세트업.



루이스 트로터가 새롭게 디자인한 뉴 백.



재활용 유리 섬유 소재의 톱이 몽환적으로 흩날리며 쇼에 드라마를 더했다.

ALL THE WORLD'S A STAGE

셰익스피어가 말했듯 세상은 하나의 무대다. 인생이라는 연극에서 우리는 어떤 의상을 입고 무대에 설 것인가. 중세 기사의 갑옷에서 현대 여성의 일상복까지 모든 옷은 우리가 세상에 전하는 무언의 대사이다. 프랑스 아비뇽의 고딕 성곽 안에서 니콜라 제스키에르는 이 영원한 명제를 패션이라는 언어로 다시 써 내려갔다.



남프랑스 아비뇽 교황청의 중앙 안뜰 '쿠르 도뇌르'에서 열린 루이 비통 2026 크루즈 여성 컬렉션.



'스피디 트렁크 모노그램 에픽
(Speedy Trunk Monogram Epic)' 백.







'익스프레스(Express)' 백.

'바스켓 포 토마스
(Basket 4 Thomas)' 백.





"온 세상이 무대이고 모든 남녀는 배우일 뿐이다. 그들은 퇴장하고 또 등장하며 한 사람이 일생 동안 여러 역할을 맡는다." 윌리엄 셰익스피어의 희곡 <뜻대로 하세요>에서 주인공 자크의 입을 통해 남긴 이 명제는 수백 년이 지난 지금도 여전히 우리 존재의 본질을 꿰뚫는다. 그리고 프랑스 아비뇽의 고딕 성곽 안에서 루이 비통의 아티스틱 디렉터 니콜라 제스키에르는 이 철학적 명제를 패션이라는 언어로 재해석했다.

14세기 교황청(Palais Des Papes)의 중앙 안뜰 '쿠르 도뇌르(Cour D'Honneur)'. 유네스코 세계문화유산인 이 신성한 공간에서 루이 비통이 브랜드 역사상 처음으로 2026 크루즈 여성 컬렉션 패션쇼 무대를 열었다. 700년의 침묵을 깨고 울려 퍼진 것은 기도가 아닌 패션의 선언이었다. 세트 디자이너 에스 데블린이 설계한 무대는 그 자체로 하나의 철학적 성찰이었다. 붉은 벨벳으로 된 계단식 극장 좌석은 텅 빈 채로 층층이 솟아올랐고 관객들은 오히려 무대 쪽에 배치되어 교회 벤치를 연상시키는 나무 의자에 앉았다. 관객과 무대의 경계가 해체되는 순간, 우리는 모두 이 거대한 연극의 일부가 되었다.

"옷을 입는 건 모두가 참여하는 하나의 공연이에요. 그게 패션의 매력이고 정말 멋지다고 생각해요." 제스키에르의 이 말은 단순한 수사가 아니다. 그것은 일상이라는 무대에서 우리가 수행하는 끊임없는 정체성의 연출에 대한 예리한 관찰이다. 20세기 후반 가장 영향력 있는 사회학자 중 한 명인 어빙 고프먼이 <자아 연출의 사회학>이란 저서에서 다룬 개념처럼 우리는 매 순간 '연극으로서의 사회적 삶'을 수행한다. 이때 우리가 선택하는 패션은 단순한 옷이 아닌 캐릭터를 구현하는 핵심 요소가 된다. 즉, 패션은 우리의 내면을 드러내는 가장 직관적인 언어이며 동시에 타인과 소통하는 비언어적 메시지인 것이다.

"일상은 물론 특별한 순간에도 의상은 기분, 외모, 그리고 분위기까지 변화시키며(우리 모두가 경험을 통해 알고 있듯) 극적인 역할을 수행한다. 이번 컬렉션은 패션이 지닌 이러한 전환의 힘에 경의를 표하며, 마치 무대 위 배우처럼 삶의 다양한 순간에서 얼마나 인상적인 조연이 될 수 있는지를 보여준다." 컬렉션 노트에는 패션에 관한 가장 시적인 정의가 적혀 있었다. 루이 비통은, 그리고 제스키에르는 이제 트렌디한 패션이 아니라 더 깊고 짙은 패션의 의미를 고민하고 있다. 모델 줄리아 노비스가 기사복을 입고 무대 위에 첫 발걸음을 내디딜 때, 그녀는 단순히 옷을 입은 것이 아니라 하나의 캐릭터를 체현했다. 복잡한 중세식 튜닉에서 시작해 메탈릭 저지로 제작된 잔 다르크풍 드레스에 이르기까지 각각의 룩은 시대를 초월한 여성성의 다양한 면모를 드러냈다. "여성들을 위한 일상의 갑옷이죠." 제스키에르가 미소 지으며 한 이 말 속에는 현대 여성이 마주하는 세상에 대한 깊은 이해가 담겨 있다.

컬렉션은 시간의 층위를 자유롭게 넘나들었다. 화려한 브로케이드 재킷은 시어링 장식으로 마무리되어 중세의 웅장함과 현대적 세련미를 동시에 품었고, 레그오브머튼 슬리브와 풍성한 셔츠는 과거의 형태를 빌려 미래적 실루엣을 그려냈다. 특히 표면 질감에 대한 실험은 촉각적 경험을 시각적 스펙터클로 승화시켰다. 발가락 부분이 절개된 보





'아치 알마
(Archi Alma)' 백.







'아치 알마
(Archi Alma)' 백.






사진/ © Louis Vuitton 디자인/ 이진미

석 장식 부츠는 수많은 거울과 귀한 소재로 빛났고 블라우스는 섬세한 은빛 체인 실로 짜여 빛의 움직임에 따라 살아 숨 쉬었다.

1930년대에 처음 선보인 루이 비통의 클래식 아이콘 '알마' 백 역시 이번 2026 크루즈 컬렉션에서는 전혀 새로운 얼굴을 하고 무대에 올랐다. 희귀 고서의 표지에서 볼 법한 황금빛 3D 장식이 가미된 알마 백은 '필사본 장식(Manuscript Illumination)'을 연상시키며, 단순한 액세서리를 넘어 지식과 예술, 그리고 시간의 축적에 대한 오마주가 되었다.

"역사를 바라보지만, 역사적이진 않아요." 제스키에르의 이 말은 이번 쇼의 알마 백에 고스란히 담긴 철학을 압축한다. 그는 아서왕 전설에서 글램 록의 아이콘 데이비드 보위, 그리고 하임 자매에 이르기까지 폭넓은 레퍼런스를 엮어내며 과거와 현재, 미래를 하나의 연속체로 직조했다.

"무대 의상에 큰 관심이 있었어요. 음악가, 배우, 무용수를 통해 패션 전반에 막대한 영향을 끼치는 요소들이니까요. 그것은 매우 집단적이고 동시에 굉장한 영감을 줍니다."

제스키에르의 이 관찰은 패션이 단순히 개인적 표현을 넘어 문화적 담론을 형성하는 힘에 대한 인식이다. 패션은 개인의 정체성을 구성하는 동시에 집단적 무의식을 반영하고 형성한다. 케이트 블란쳇, 엠마 스톤, 시어셔 로넌, 정호연 같은 배우들이 전열에서 이를 지켜보는 것 또한 우연이 아니다. 그들 역시 각자의 무대에서 다양한 역할을 연기하며 시대의 이야기를 전달하는 존재들이기 때문이다. 중간중간 등장한 간결한 피코트와 니트웨어, 저지 아이템들은 일상이라는 무대의 현실성을 환기시켰다. 우리는 매일 아침 옷장 앞에서 그날의 역할을 선택한다. 회의실에서의 전문가, 카페에서의 연인, 집에서의 가족 구성원. 각각의 역할은 다른 의상을 요구하고 우리는 그 요구에 응답하며 하루를 살아간다.

"클래식을 만들고 싶다면 먼저 새로운 것을 만들어야 합니다." 제스키에르의 이러한 철학은 패션을 넘어 삶 전반에 적용되는 지혜다. 진정한 고전은 시대를 초월하는 보편성을 담고 있지만 동시에 그 시대만의 새로운 시각을 제시해야 한다. 이번 컬렉션이 중세의 형태를 빌려 미래적 감성을 표현한 것처럼 우리 또한 과거의 경험과 지혜를 바탕으로 새로운 내일을 창조해 나간다. 14세기 교황청의 고딕 아치 사이로 스며든 남프랑스의 황금빛 석양은 이 모든 철학적 사유에 서정적 마침표를 찍었다. 교황들이 기도했던 이 성스러운 공간에서 우리는 다른 형태의 경배를 목격했다. 그것은 아름다움에 대한, 창조에 대한, 그리고 끊임없이 변화하는 인간 정체성에 대한 경배였다.

결국 인생이란 거대한 무대에서 우리는 배우이자 동시에 관객이다. 우리가 고르는 옷은 단순한 장식이 아니라 그날 어떤 배역으로 존재할지를 암시하는 무언의 대사다. 제스키에르가 말했듯 패션은 '지금을 위한 갑옷'이자 감정을 드러내고 장면을 바꾸는 힘이다. 셰익스피어가 인간의 일생을 일곱 막의 연극으로 나누었다면 패션은 그 순간마다 다른 결로 스며들며 우리를 새롭게 보여준다. 중요한 것은 배역의 완벽함이 아니라 그 시간을 어떻게 살아내는가다. 그리고 옷을 통해 발견되는 아름다움과 의미야말로 우리가 이 무대 위에 선 진짜 이유일 것이다. B 글/ 김민정(프리랜스 에디터)

THE ORIGINAL

자연과의 조화로운 공존 속 우아하고 혁신적인 이야기가 담긴 곳.
프라다 그룹의 산업 거점, 발비냐(Valvigna)에 가다.



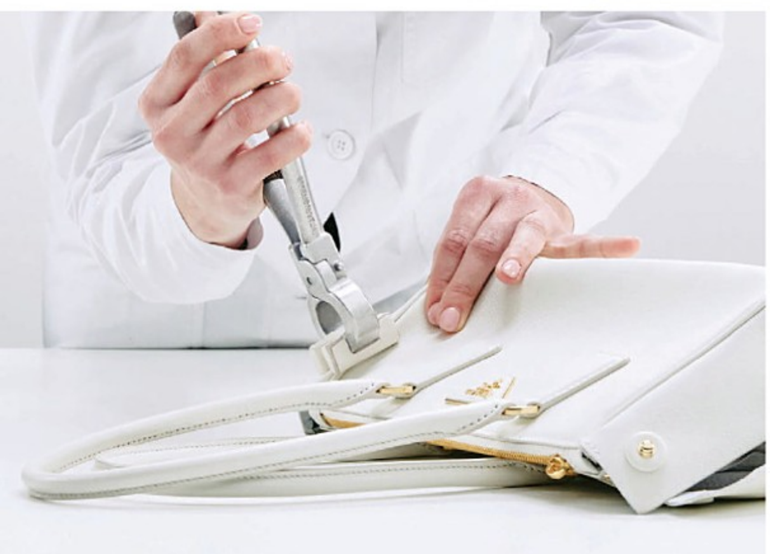
녹지와 어우러진 미래적인 건축물이 압도적인
발비냐 가든 팩토리 전경.

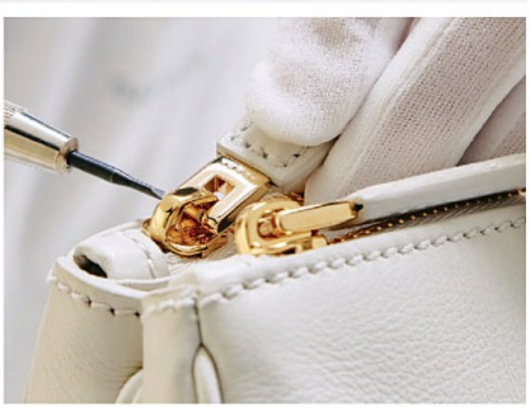




바닐라 컬러의
미디엄 사이즈
프라다 갤러리아 백.







스케치부터 조립에 이르기까지, 갤러리아 백이 제작되는 과정.



1913년 창립 이래 가죽 가방, 트렁크와 같은 럭셔리 액세서리를 판매하며 유럽 왕가와 상류층의 사랑을 받았던 프라다. 이후 1978년 미우치아 프라다가 브랜드의 수장이 되며 선보인 나일론 토트백과 클래식 백이 큰 주목을 받자 이듬해 레디투웨어 컬렉션을 론칭하고, 이어 미우미우와 처치스(Church's) 등 브랜드를 확장하며 많은 여성들의 지지를 받는 하우스로 자리매김했다. 지난 9월, 2026 S/S 밀라노 패션위크 기간에 이탈리아 중부 토스카나에 위치한 프라다 발비냐 가든 팩토리에 방문했다. 이곳은 프라다의 역사와 더불어 하우스를 대표하는 핵심 사업 중 하나인 가죽 제품 컬렉션의 모든 것이 시작되는 곳이다.

PRADA'S VALVIGNA GARDEN FACTORY

고즈넉한 피렌체 근교에 자리한 발비냐 산업 단지는 프라다와 미우미우의 모든 가죽 컬렉션 생산 및 개발 부서를 비롯해 원자재 창고, 가죽 제품과 슈즈 컬렉션의 아카이브, 그룹의 데이터 처리 센터를 갖추고 있다. 푸르른 녹지와 어우러진 장엄하고 미래적인 건물은 건축이 자연 경관에 미치는 영향을 최소화하는 데에 우선순위를 두고 설계되었다. 이는 '외부와 내부 공간의 구조적 연속성, 인간과 자연의 대화'라는, 세계적인 건축가 귀도 카날리(Guido Canali)의 사상을 집약적으로 담아낸 것이기도 하다. 특히 사람을 중심으로 설계된 작업실은 녹지가 실내 공간과 균형을 이루도록 디자인되었다. 섬세하게 배치된 기둥 사이에 자리한 물의 정원을 지나 부유하는 옥상 정원은 자연과의 교감과 휴식을 위한 공간으로 차가운 구조물과 어우러진다. 여기에 포도나무가 줄지은 실외 복도와 빛이 유영하는 유리 천장 그리고 건축물을 둘러싼 테라스와 푸르른 전경은 근로자들에게 쾌적하고 조화로운 공간을 선사한다. 프라다는 이곳 부지를 매입한 후 복원 과정을 통해 주변 구릉지의 아름다움을 보전하여 산업 단지가 주변 경관에 미치는 영향과 문제점을 보완했다. 이러한 일련의 과정과 설계로 프라다 발비냐 산업 단지는 자연을 보호하고, 노동의 존엄성과 가치를 준수한 것을 인정받아 이탈리아 건축가 협회와 국제 매거진 <Paysage Topscape>가 수여하는 '브랜드 & 랜드스케이프(Brand & Landscape)' 상을 수상하기도.

PRADA GROUP ACADEMY

발비냐 산업 단지를 비롯해 프라다는 장인정신을 보존하기 위해 장기적이고 전략적인 교육 투자로 젊은 인재들을 육성하는 프라다 그룹 아카데미를 운영한다. 이는 그룹의 생산 현장 곳곳에서 운영되는 분산형 교육 기관이자 프로그램으로, 가죽 제품과 신발, 의류 부문의 생산 역량을 발전시키도록 설계되었다. 교육 과정은 각 분야별로 구분되는 첫 번째 트레이닝 세션을 시작으로 이를 마친 지원자들은 전문화된 두 번째 단계로 진입해 전담 장인들의 지도와 지원 속에 점진적으로 생산 현장에 합류한다. 그리고 이 과정을 성공적으로 수료한 이들은 프라다 그룹에 정식으로 채용되어 생산팀의 일원이 된다. 아카데미와 생산팀의 전 과정에 걸친 지속적인 모니터링과 평가로 철저한 성과 관리가 이루어지는 프라다 아카데미는 2024년 한 해 동안 120여 명의 청년들을 교육했으며, 이 중 103명이 이탈리아 전역 프라다 그룹 생산 시설에 합류했다. 이들은 머지 않아 하우스의 미래를 책임지게 될 것이다.

MAKING OF PRADA'S GALLERIA

1913년 브랜드의 창립자 마리오 프라다가 선보인 트렁크부터 미우치아 프라다가 1979년 처음으로 공개한 검은색 나일론 백 그리고 2007년 등장 이후 수없이 진화해온 갤러리아 백까지. 프라다의 백은 단순한 액세서리의 개념을 넘어 하우스를 상징하고 동시대를 반영하는 오브제로서의 역할을 했다. 이처럼 브랜드의 철학이 담긴 프라다 가죽 백의 제작 과정을 발비냐 가든 팩토리의 젊은 장인들을 통해 직접 보고 경험했다. 스케치부터 시작되는 과정은 가죽의 품질과 질감, 결함 유무 등을 면밀히 확인 후 패턴 형태에 따라 정교하게 재단하고 조립된다. 이후 수작업을 통한 스티칭 과정과 염색 그리고 로고를 비롯한 부자재 부착 등의 섬세한 공정을 통해 하나의 백으로 완성되는 것. 이처럼 여러 장인들의 손에서 수십 시간을 거쳐 탄생한 갤러리아 백을 보고 있자니 발비냐의 아카이브에서 본 한 시대를 풍미한 프라다의 이전 작업들, 그 겹겹이 쌓인 시간이 함께 스쳐 지나갔다. 공정 시스템은 진화되어 발전했지만 작업에 대한 고민과 깊이, 완벽한 제작 방식과 브랜드의 정신은 고스란히 전해져 유지되고 있는 것. 그리고 그것은 과거와 미래 사이의 긴장감, 안주하지 않는 대범성, 유행을 따르지 않고 단순한 패션을 넘어 새로운 관점을 제시하는 프라다의 철학과도 맞닿아 있었다. B 에디터/ 서동범

사진/ © Prada 디자인/ 진문주



2025 갤러리아 백 캠페인 이미지.







1 300년의 역사를 지닌 호텔 파티큘리에가 리노베이션을 거쳐 메종 비비에로 재탄생했다.
2 컬렉션 뒤편에 소재와 시안, 디자인 과정을 담은 사진을 무드보드처럼 전시하고, 앞쪽에는 장인이 직접 작업하는 모습을 선보이며 한 켤레의 슈즈가 탄생하기까지의 과정을 생생하게 전달했다.
3 핑크와 소프트 그린 컬러, 빈티지 가구로 꾸며진 크리에이티브 디렉터 게라르도 펠로니의 오피스.

HERITAGE REBORN

2026 S/S 파리 패션위크 기간, 로저 비비에가 하우스의 유산과 아이코닉 슈즈 '벨 비비에'를 기념하는 새로운 공간 '메종 비비에'를 열었다.

지난 10월 2일, 로저 비비에가 2026 S/S 컬렉션을 선보이며 전 세계 프레스를 '메종 비비에(Maison Vivier)'로 초대했다. 로저 비비에 하우스에게는 이번 시즌이 더욱 특별하다. 센강 인근 파리 생제르맹 데프레 한가운데에서 하우스의 새로운 거점인 메종 비비에를 공개하는 동시에, 하우스를 상징하는 아이코닉 슈즈 '벨 비비에(Belle Vivier)'가 탄생 60주년을 맞이했기 때문이다.

메종 비비에로 재탄생한 이 공간, 루 드 뤼니베르시테 98번지의 호텔 파티큘리에(Hotel Particulier)는 약 300년에 가까운 시간을 품고 있다. 18세기 귀족 저택을 리노베이션해 완성한 이 건축물 안에는 과거와 현재, 장인정신과 예술적 상상력이 교차하며 하우스의 아카이브와 헤리티지가 고스란히 담겨 있다. 문을 열자마자 가장 먼저 눈길을 사로잡는 '그랜드 계단'은 자연광이 스며드는 대리석 벽과 금빛 장식, 샹들리에와 어우러져 로저 비비에 특유의 화려함과 기품을 전했다. 우아한 곡선미를 자랑하는 계단을 따라 올라서면 로저 비비에가 걸어온 발자취를 고스란히 느낄 수 있는 공간이 차례대로 펼쳐진다.

1층의 첫 번째 공간인 '르 살롱 드 레리타주(Le Salon de l'Héritage)'에는 1950년대부터 1990년대까지 제작된 상징적인 슈즈와 당대 셀러브리티들의 사진, 시대를 대표하는 오브제가 전시되어 있다. 자비에 페알의 브러시드 스틸 선반, 미스 반 데어 로에의 바르셀로나 체어, 뱅상 다레의 카펫 같은 디자인 오브제가 한자리에 모여 하우스의 유산을 생생하게 돋보이게 한다. 문을 하나 더 열고 들어가면 만날 수 있는 '르 살롱 비비에(Le Salon Vivier)'는 창립자 로저 비비에의 사적인 세계를 엿볼 수 있는 공간이다. 루이 16세 스타일의 스툴, 플로럴 카펫, 피카소의 판화 등 고전적 요소와 가구, 현대적 예술 작품이 조화를 이루며 "슈즈도 예술처럼 패션의 세계를 바꿀 수 있다"는 그의 철학을 간접적으로 느낄 수 있다.

'르 살롱 레리타주' 맞은편에 자리한 1층 안쪽 공간에는 크리에이티브 디렉터 게라르도 펠로니의 오피스가 자리했다. 핑크와 소프트 그린 컬러, 빈티지 가구, 펠로니의 수집품, 19세기 슈즈 프로토타입을 복원하기 위해 보관 중인 라 로즈의 마네킹 등이 어우러져 과거와 현재가 공존하는, 창작의 실험실을 보는 듯했다. 두초 마리아 감비가 디자인한 육각형 형태의 책상, 슈즈 아카이브를 담았던 종이 박스들이 놓인 선반 등은 그의 다채로운 감각과 취향을 고스란히 드러낸다. 또한 메종 비비에 건물 뒤편에는 '히든 가든(The Hidden Garden)'이라 불리는 비밀 정원이 숨어 있다. 섬세하게 가꿔진 이 공간은 자연의 아름다움과 파리지앵 특유의 여유를 고스란히 품고 있어 사색을 즐길 수 있는 장소로, 메종 비비에가 추구하는 삶의 방식, 우아함과 생동감의 공존을 상징적으로 보여준다.

계단을 따라 2층으로 올라서면 이번 시즌의 주인공이자 하우스를 상징하는 아이코닉 슈즈 벨 비비에의 새로운 컬렉션을 직접 만나볼 수 있었다. 1965년 무슈 로저 비비에가 처음 디자인하고, 1967년 영화 <세브린느(Belle de Jour)>에서 카트린 드뇌브가 신었던 슈즈. 스퀘어 버클과 미니멀한 디자인으로 시대를 대표하는 아이콘으로 자리 잡은 벨 비비에가 새로운 변화를 맞이했다. 게라르도 펠로니는 아카이브에서 영감을 받은 자수와 컬러, 다양한 디테일을 더해 벨 비비에를 현대적으로 재해석했다. 이국적인 소재를 사용함은 물론, 시그너처 버클에 다양한 금속과 특별한 장식을 더했으며, 가방과 액세서리까지 그 영역을 넓혔다.

직접 마주한 메종 비비에는 단순한 플래그십 스토어가 아니었다. 하우스의 헤리티지부터 현재, 그리고 미래까지 한 공간에 아우르며 슈즈를 향한 브랜드의 애정과 헌신, 비전을 집약한 곳이었다. 이제 이곳은 가장 동시대적인 로저 비비에만의 언어로 아름다움을 다시 써 내려가는 공간이 될 것이다. **B** 에디터/ 제혜윤

사진/ © Roger Vivier 디자인/ 한상영

EVERYDAY LUXE

토템의 CEO 요한나 셰베리(Johanna Sjöberg)는 프로축구 선수에서 맥킨지 컨설턴트를 거쳐 패션업계 리더가 된 독특한 이력의 소유자다. 그녀가 말하는 스웨덴 감성(Swedish sensibility)과 현대적 럭셔리, 지속 가능한 미래에 대한 이야기를 들어봤다.



토템 CEO
요한나 셰베리.

하퍼스 바자 토템은 '스웨덴 감성'이라는 말을 자주 꺼냅니다. 당신이 정의하는 스웨덴 감성은 무엇인가요?

요한나 셰베리(이하 셰베리) 우리의 스웨덴 감성은 토템의 정체성 그 자체예요. 명확함과 책임감, 그리고 기능적이고 본질적인 것을 아름답게 변화시키는 것에 관한 이야기죠. 이러한 철학은 스톡홀름뿐만 아니라 뉴욕과 서울에서도 느껴져요. 이것이 바로 현대적인 럭셔리의 본질이죠.

하퍼스 바자 토템이 생각하는 이 시대의 아름다움은 무엇인가요?

셰베리 토템은 개인적인 것, 진정성 있고 오래도록 지속되는 것에서 아름다움을 발견합니다. 이는 다양한 역할을 수행하는 여성에게 힘을 실어주는 옷에서 비롯하죠.

하퍼스 바자 구체적으로 토템의 스타일은 어떻게 여성에게 힘을 실어주나요?

셰베리 토템을 착용한 여성은 늘 움직이고 있어요. 일상, 일, 여행 사이에서 균형을 잡으며 살아가죠. 우리는 그런 삶을 고려해 직관적이고 다재다능한 옷장을 제안해요. 아무렇게나 매치해도 언제 어디서든 어울리도록요. 가령 이번 F/W 컬렉션의 새틴 부츠는 낮에도, 밤에도 자연스럽게 녹아들죠.

하퍼스 바자 실제로 당신도 다양한 역할을 수행해왔어요. 프로축구 선수에서 컨설턴트, CEO까지. 서로 다른 여러 역할을 거치면서 당신의 리더십 원칙은 어떻게 진화했나요?

셰베리 경력 전반에 걸쳐 제 리더십 철학은 '목적' 중심으로 발전해왔어요. 오늘날 리더십이란 명확함과 목적을 갖고, 냉철한 이성으로 판단하되 따뜻한 마음으로 이끄는 데서 나온다고 믿어요.

하퍼스 바자 그중에서도 10년간의 프로축구 선수 경험은 CEO로서의 현재에 어떤 도움이 되나요?

셰베리 스포츠는 제게 규율과 회복력, 팀워크의 힘을 가르쳐줬어요. 글로벌 비즈니스에서도 그 가치는 여전해요. 집중력을 유지하고, 노력의 중요성을 잊지 않으며, 함께 이뤄낼 수 있다는 믿음이 있죠.

하퍼스 바자 토템은 소재와 텍스처에 대한 탁월한 감각으로 잘 알려져 있습니다.

셰베리 토템은 지속 가능한, 오래 입을 수 있는 옷을 만들기 위해 항상 고품질이면서도 환경 영향을 최소화한 소재를 찾습니다. 2026 S/S 드레스에는 면섬유 폐기물에서 추출한 셀룰로스 섬유를 활용해 아름다운 드레이프를 더했습니다. 이와 동시에 울과 코튼 모두 유기농으로, 혹은 기존 방식에서 재생 농법으로 전환하기 위해 여러 농가와 협업 중이에요.

하퍼스 바자 토템은 이전부터 로고나 프린트보다는 실루엣과 소재로 정체성을 드러냈어요. 이제는 많은 브랜드가 이와 비슷한 미니멀 미학을 추구합니다. 토템만의 차별점이 있다면 무엇인가요?

셰베리 우리의 차별점은 트렌드를 초월한 하나의 '스타일 방식'으로 존재한다는 점이에요. 미니멀리즘 자체에 초점을 맞추기보다, 옷장에 무엇을 더할지에 대해 명확하고 사려 깊은 관점을 중시하죠.

하퍼스 바자 앞선 질문에 이어, 이런 흐름 속에서 시즌을 나누는 게 쉽지 않은 것 같습니다. 심지어 시즌을 나누는 게 무의미하다는 의견도 많습니다. 당신의 생각은 어떤가요?

셰베리 누구도 시즌이 바뀔 때마다 옷장을 통째로 바꾸지 않아요. 현대적 패션 하우스라면 소비자에게 그런 변화를 요구해서도 안 되죠. 우리 컬렉션은 시즌을 넘어 함께 어울리도록 설계됩니다. 올해는 스웨덴어로 '옷장'을 뜻하는 '가르데로브(garderob)'를 테마로 시즌에 상관없이 연중 상시 만나볼 수 있는 대표 아이템을 선보였어요. 토템이 처음부터 지향한 '매일 입는 시스템으로서의 옷장'이라는 개념을 반영한 결과죠.

하퍼스 바자 한국에서 특히 큰 성공을 거두고 있습니다. 한국 여성에 대한 인상은 어떤가요?

셰베리 한국 여성은 본능적으로 세련되면서도 실험적인 스타일 감각을 타고난 것 같아요. 그런 자신감과 개성의 균형은 토템의 철학과 잘 맞닿아 있습니다. 그들이 토템을 자신만의 방식으로 소화하는 모습을 보는 것이 개인적으로 너무 흥미로워요.

하퍼스 바자 만약 토템이 사람이라면 어떤 성격과 목소리를 가진 인물일까요?

셰베리 아마도 현실적이면서도 우아한 사람일 거예요. 그녀의 목소리는 날카롭지만 따뜻하고, 본능적이지만 깊이 있어요. 샤워를 막 마친 젖은 머리로도 힘을 뺀 듯 멋스러워 보이는, 그런 사람이죠.

하퍼스 바자 개인적으로 가장 애착을 갖는 토템의 아이템은 무엇인가요?

셰베리 토템에 합류하기 전부터 시그너처 캐멀 코트와 데님을 애용했어요. 그중 코트는 여전히 가장 자주 입는 아이템이에요. 토템은 아우터웨어로 잘 알려져 있죠. 각각의 아우터는 표현력이 있으면서도 자연스럽습니다. 데님도 제가 매일 입는 아이템으로 현대 여성들의 리얼한 일상을 반영하고 있어요. 처음 토템을 접한다면 이 두 가지 아이템은 꼭 추천하고 싶습니다. B **인터뷰/ 김민정(프리랜스 에디터)**



2026 S/S Toteme

사진/ © Toteme 디자인/ 이진미

2025 ESQUIRE CLUB



food

drink

2025 ESQUIRE CLUB



2025 WELCOME PARTY
HIBIKI

에스콰이어 창간 30주년을 기념하는 프라이빗 웰컴파티!
에스콰이어 코리아의 창간 해인 1995년으로 돌아가
히비키 위스키와 음악이 어우러진 그 시절의 감성을 즐겼던 밤

2025 ESQUIRE CLUB

Esquire Club

남다른 취향을 즐기는 에스콰이어 독자들의 오프라인 소셜 네트워킹 커뮤니티

BMW



BMW

TRACK DAY
BMW

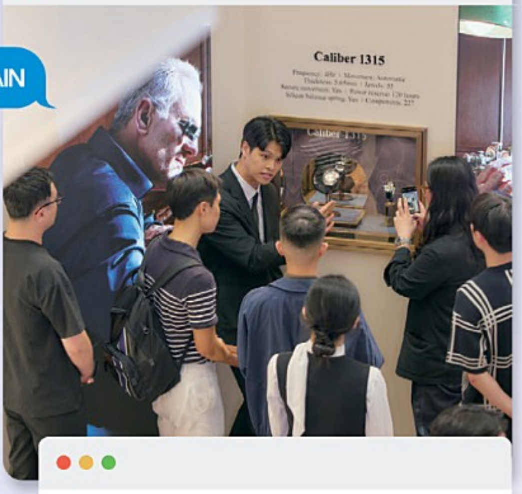
코오롱모터스 X 에스콰이어클럽
BMW 드라이빙센터에서 달리고,
배우고, 제대로 즐기는 프리미엄
드라이빙 체험!

AirDrop
WE ARE ESQUIRE CLUB!

Decline | Accept

BLANCPAIN

BLANCPAIN



A LEGACY OF OUR TIME
BLANCPAIN

블랑팡의 하이엔드 워치메이킹 정신이 깃든 4가지 칼리버를
마주하는 특별한 경험

watch

car

fashion



BEAUTY BAZAAR

DIRTY PRETTY THINGS

술에 취하고 밤을 지샌 듯 피곤한 얼굴.
우울하고 퇴폐적일수록 더 아름다워 보이는 더티코어의 미학.

Photographer Kim Sunhye *Editor* Park Kyeongmi

TEAR-TOUCHED

눈물이 번진 듯 글로스를 얹은 눈가에 아이 메이크업이 지워진 듯 표현해 위태로운 아름다움을 연출했다. 오렌지 브라운 컬러의 샤넬 '스틸로 옹브르 에 꽁뚜아' 12 꽁뚜아 클레어를 눈두덩과 눈 아래에 넓게 바른 다음, 스쿠 '시그니처 컬러 아이즈' 05 붉은빛 그림자의 네 가지 색 중 다크 브라운으로 눈 밑에 음영을 넣어 공허한 느낌을 부각했다. 그 위에 투명한 글로스를 더하고 랑콤 '래쉬 이돌 마스카라'를 여러 번 덧발라 뭉침과 번짐을 만들었다. 아이 메이크업이 강조되도록 입술은 맥 '립 펜슬' 오크의 누드 브라운 톤을 입혔다.

반지는 모두 32 Dawn.
슬리브리스 톱은 Zara.



GREY STORM

거칠게 연출한 스모키로 전하는 퇴폐미. 메이크업포에버 '아티스트 컬러 팔레트'의 실버, 화이트, 블랙을 섞어 눈썹 밑까지 넓게 발랐다. 그 다음 브러시로 경계를 번지도록 해 불완전한 아름다움을 강조했다. 아이홀 중앙과 언더라인에는 입생로랑 뷰티 '꾸뛰르 미니 클러치' 100 스토라 돌스 중 그레이를 더해 은은한 하이라이트를 주고, 구찌 뷰티 '스틸로 꽁뚜르 데 이으 롱 라스팅 콜 라이너' 01 누와로 위아래 점막을 까맣게 채워 강한 인상을 만들었다. 마지막으로 붉은 브라운 컬러 나스 '더 멀티플' 데이즈드를 눈 아래에 넓게 발라 피로하고 슬픈 느낌을 은근하게 표현했다.



DRUNK BLUSH

술기운이 오른 듯 번진 홍조는 버버리 뷰티 ‘아웃도어 블러쉬’ 93 러셋 리브스를 옆 볼까지 넓게 쓸어 물들인 것. 같은 컬러를 콧등에도 터치해 붉은 기가 자연스럽게 연결되도록 만들고 과장되게 주근깨를 그려 넣어 헝클어진 무드를 부각했다. 에르메스 ‘옹브르 데르메스’ 12 옹브르 옵티크 팔레트의 그레이 퍼플 컬러를 눈두덩에 얹어 음영을 더했다.

브라렛, 니트 카디건은 Dolce & Gabbana. 귀고리, 목걸이는 Portrait Report. 반지는 Tom Wood.



DUST BLOOM

더티코어 유행을 쏘아 올린 <더티 워크> 뮤직비디오 속 에스파를 오마주한 룩. 헤라 '센슈얼 립 앤 치크' 03 동백을 눈가 전체에 넓게 펴 바르고 나스 '블러쉬' 956 포플레이를 더해 레드 브라운으로 색을 입혔다. 그 위에 3CE '멀티 아이 컬러 팔레트' 스무더의 딥 브라운을 가루 내어 흩뿌리듯 얹어 흙먼지를 뒤집어쓴 듯한 질감을 강조했다. 입술은 혈색을 더하기 위해 로즈 누드 컬러의 프라다 '옵티마이징 케어 립밤' 구아바를 발랐다.

슬리브리스 톱은 Yueqi Qi. 귀고리는 Feverish, 목걸이는 Monday Edition.



BLURRED EDGE

지난밤의 흔적이 남아 있는 섹시함이 느껴지도록 인조 속눈썹을 불규칙하게 붙이고 돌체앤가바나 뷰티 ‘에버풀 XL 익스트림 볼륨 앤 리프트 마스카라’를 여러 번 덧발라 거친 질감을 만들었다. 관능미가 은근히 드러나도록 릴리바이레드 ‘듀이 핏 팔레트’ 05 아몬드 밀크의 아몬드 초콜릿을 눈꺼풀의 꺼진 부위를 따라 터치했다. 입술은 롬앤 ‘더 쥬시 래스팅 틴트’ 25 블랙 베리를 풀 립으로 바르고 맥 ‘맥시멀 실키 매트 립스틱’ 에브리바디스 헤로인을 중앙에 올려 와인을 마신 흔적을 표현했다.

반지는 Feverish.

모델/ 조안 박
헤어/ 박수정
메이크업/ 공혜련
스타일리스트/ 시주희
어시스턴트/ 장서진
디자인/ 진문주

MADE BY ICONS

이름만 내건 단순한 협업이 아니다. 아이린과 효민이 자신만의
진짜 노하우가 담긴 뷰티 브랜드를 론칭했다.



재킷은 Ferragamo. 귀고리는 H&M. 시계는 스타일리스트 소장품.

TIME FOR MYSELF

모델 아이린이 추구하는 아름다움을 고스란히 담은 브랜드 '스킷'. 간편하게 사용할 수 있는 베이식한 제품이지만 피부를 진심으로 위하는 기준만큼은 고수한다. 여기에 트렌드와 재미까지 더했다.

하퍼스 바자 많은 뷰티 브랜드의 뮤즈로서 다양한 제품을 경험해봤을 텐데요. 그럼에도 화장품을 만들게 된 이유는 무엇인가요?

아이린 어릴 때는 관리한다며 여러 단계를 거치는 스킨케어를 즐겼어요. 그런데 나이가 들수록 기본에 충실하고 사용이 간편한 것에 손이 가더라고요. 새로운 기준으로 제품을 찾다가 오래전부터 뷰티 브랜드를 만들고 싶다는 막연한 꿈을 실현하는 것으로 이어졌죠. 어느 정도 커리어가 쌓이고 자신감이 생겼을 때 시작하고 싶었는데 지금이 바로 그 시기라고 생각했어요.

하퍼스 바자 브랜드명 스킷(Skit)은 '짧은 상황극'이라는 뜻이에요. 왜 이런 이름을 붙였나요?

아이린 연극에서 인트로나 인터미션에 관객의 시선을 사로잡는 극을 스킷이라고 해요. 지루한 일상에 재미를 준다는 의미를 부여할 수 있겠더라고요. 한글로 표기하기 쉽고 스킨이랑 비슷하게 들린다는 점도 마음에 들었어요. 스킴스를 떠올리는 분도 있지만 스킨(Skin)과 심리스(Seamless)의 합성어와는 다르죠.

하퍼스 바자 로고도 귀여워요. 직접 디자인했나요?

아이린 외부 브랜딩 디자이너의 도움을 받았어요. 스킷이 'SK'로 시작하니까 각진 폰트를 쓰면 SK텔레콤이나 SK-II 로고가 연상되더라고요. 그래서 동글동글한 느낌을 강조했죠.

하퍼스 바자 특별한 효능이나 성분을 내세우려 하지 않는 만큼 차별화를 어떻게 둘지 고민했을 것 같아요.

아이린 '스킷다운게 무엇일까?'라는 질문의 답을 아직 찾고 있어요. 하지만 원료, 패키지, 형태 등 모든 요소에서 가능하면 새로운 것을 선택하려는 기준은 지키려고 했죠. 그만큼 샘플 테스트도 수없이 진행했어요.

하퍼스 바자 론칭까지 굉장히 오래 걸렸을 것 같네요.

아이린 준비 과정만 2년이 넘었죠. 어쩌다 결혼과 브랜드 론칭이 맞물렸는데 너무 힘들어서 엉엉 운 적도 많아요. 오픈했을 땐 정말 속이 후련하더라고요. 스킷을 '마이 베이비'라고 부르는데, 마치 출산한 것 같은 기분이랄까요.

하퍼스 바자 그렇게 첫 번째 제품으로 '페이스 겔 패치'를 선보였어요.

아이린 '메이크업을 만들어야 할까?' '스킨케어와 메이크업이 결합된 하이브리드 형태는 어떨까?' 수없이 고민했어요. 하지만 일상 속에서 편하게 사용할 수 있어야 한다는 분명한 기준이 있었죠. 그렇게 생각의 방향을 좁혀가다 보니 평소 팩을 자주 사용하는 저의 습관에서 답을 찾게 됐어요. 비행기 안에서도 종종 붙이는데 때론 번거롭고 불편해요. 그러던 중 토너 패드를 팩처럼 활용하는 방법에서 아이디어를 얻었죠.

하퍼스 바자 클로버 형태는 셀카를 자주 찍는 요즘 세대의 성향을 겨냥했다는 생각이 들어요.

아이린 얼굴에 꽃, 별, 무지개 같은 스티커를 붙이는 인스타그램 필터가 한때 유행했잖아요. 어느 날 사진을 찍다가 '이거다!'라는 생각이 들었죠. 여러 모양을 만들어 테스트를 해봤는데 클로버는 잎이 네 갈래로 나뉘어 들뜸 없이 밀착되더라고요. 디테일이 너무 많으면 쉽게 찢어지는데 단순하면서 귀여움까지 살릴 수 있어 적합했어요.

하퍼스 바자 음식을 먹어도 떨어지지 않을 만큼 밀착력이 좋더라고요.

아이린 그런 칭찬을 많이 들어요. 운동할 때도 사용할 수 있을 정도로 밀착력이 뛰어나요. 얼마 전엔 지인이 등산 중 얼굴에 열이 올라 붙였다며 인증샷을 보내주기도 했어요.

하퍼스 바자 디자인만큼 성분도 깐깐하게 골랐겠죠?

아이린 피부가 예민한 편이라 예전부터 화장품 성분에 관심이 많았고, 스킷을 만들면서 더 많이 찾아보고 공부했어요. 샘플에 포함된 성분은 어떤 역할을 하는지 반드시 알고 넘어갔죠. 그렇게 제품을 개발하던 중 한 방부제가 문제가 됐어요. 다른 사람들은 트러블이 올라오지 않고 제조사에서도 문제가 되지 않는다고 했지만 제 피부는 거부 반응을 보이더라고요. 내가 만든 제품이 내 피부에 맞지 않는다면 진정성이 없다고 생각했어요. '이 방부제를 넣을 수 없다'는 의견과 '다른 성분으로 대체하기 어렵다'는 제조사의 입장이 팽팽하게 맞섰지만 결국 제가 이겼죠.

하퍼스 바자 패치임에도 스피큘을 함유한 것이 흥미로워요.

아이린 K-뷰티를 대표하는 성분으로 흡수율을 높일 수 있다는 점에서 스피큘에 주목하고 있었어요. 당시 판매되던 제품이 대부분 바르는 타입이라 패치 형태로 만들면 차별화할 수 있겠더라고요. 겔에 녹여 굳히자 단점으로 꼽히던 따가움도 완화됐고요. 크기가 작은 패치로도 충분한 효과를 낼 수 있다는 점을 보여주기에 이상적인 성분이었죠.

하퍼스 바자 직접 설립한 회사 얘기를 해볼게요. 사무실로 출근도 하나요?

아이린 스케줄이 없는 날이면 무조건! 흔히 유명인이 화장품 사업을 하면 이름만 빌려줬다고 생각하기 쉬운데 저는 모든 과정에 직접 관여해요. 인스타그램에 올라가는 콘텐츠 레퍼런스도 직접 찾고 문구도 제가 써요.

하퍼스 바자 애정과 집착이 느껴지네요. 그렇게 일할 수 있는 에너지의 원천은 어디죠?

아이린 저도 모르겠어요.(웃음) 아마 긍정적인 성격 덕분인 것 같아요. 그래도 론칭까지는 정말 쉽지 않았어요. 그때 믿고 함께 해준 팀원들이 큰 힘이 됐죠. 지금은 스킷에 대한 사람들의 반응에서 에너지를 얻어요. <바자>처럼 여기저기서 연락이 와서 즐거워요. '우리가 좋은 방향으로 가고 있구나'라는 확신이 들죠.

하퍼스 바자 해외 팬들도 기대가 클 것 같아요. 지금은 공식 홈페이지에서만 구매가 가능한데, 해외 론칭 계획도 있나요?

아이린 론칭한 지 한 달밖에 되지 않았는데 연락이 꽤 오더라고요. 아직 구체적인 계획은 없지만 제안받은 곳과 입점을 논의 중이에요.

하퍼스 바자 브랜드에 대해 이야기하는 내내 눈이 정말 반짝거렸어요. 아이린에게 스킷은 어떤 존재인가요?

아이린 모델, 인플루언서, 방송인 등 다양한 일을 해왔어요. 하지만 지금의 저를 대표하는 것이 무엇이냐고 묻는다면 단연 스킷이라고 말할 거예요. 제 커리어의 마지막이란 생각으로 모든 열정을 쏟아붓고 있으니까요.

하퍼스 바자 스킷을 사용하는 사람들이 무엇을 느끼길 바라나요?

아이린 모델로 활동하면서 체력적으로 정말 많이 지쳤어요. 잦은 출장과 야근, 늘 새로운 모습을 보여주기 위한 치열한 노력 속에서 살았죠. 오롯이 나 자신을 위한 무언가가 필요했는데 그게 뷰티였어요. 스킷을 통해 모두가 자신을 돌보고 일상 속에서 작은 즐거움을 느낄 수 있기를 바라요.

CREATING A NEW VISION

효민이 크리에이티브 디렉터로서 브랜딩 전반을 이끄는 브랜드 '아이티스트'. 여러 아티스트와의 협업으로 개성 있는 렌즈 디자인을 선보인다. 앞으로 렌즈를 착용한 눈을 더 아름답게 만드는 스킨케어까지 영역을 확장할 예정이다.

하퍼스 바자 보통 뷰티 브랜드라면 스킨케어나 메이크업을 생각하기 마련인데, 렌즈라니 놀라워요.

효민 브랜드를 만들고 싶다는 생각은 늘 있었어요. '효민사와'의 반응이 뜨거워 자신감이 한층 높아진 상태였고요. 패션과 뷰티를 모두 좋아해 어느 쪽을 선택해야 할지 고민하던 중, 브랜드 수에 비해 수요가 훨씬 많은 렌즈 시장에 주목해야 한다는 얘기를 들었어요. 게다가 렌즈는 패션과 뷰티를 모두 아우르잖아요. 그 말을 듣자마자 확신이 생겼죠.

하퍼스 바자 브랜드가 많지 않은 건 그만큼 성공하기 어렵기 때문 아닐까요? 의료기기에 속하기도 하고요.

효민 그래서 렌즈 사업을 하는 지인을 먼저 찾아봤는데, 한 명도 없더라고요. 몇 달 동안 수소문하던 끝에 렌즈 브랜드 론칭에 관심을 가진 분을 만났어요. 운 좋게도 비슷한 시기에 제조사 대표님까지 알게 되면서 본격적으로 시작할 수 있었죠.

하퍼스 바자 렌즈 사업에 관심을 보인 사람이 바로 우리가 잘 아는 라이프스타일 브랜드, '위글위글'의 창립자이죠.

효민 네. 함께 브랜드를 만들기로 결정한 뒤, 대표님의 소개로 강다니엘을 만났어요. 무대를 위해 다양한 렌즈를 착용한 경험이 있고 탄탄한 팬덤의 응원까지 받고 있으니 함께하면 좋은 시너지가 날 것 같더라고요. 그렇게 다니엘이 공동 크리에이티브 디렉터로 합류하면서 여러 아티스트와 협업해 각자의 스타일을 담은 캡슐 라인을 선보이자는 콘셉트도 정했어요.

하퍼스 바자 그래서 브랜드명도 눈(Eye)과 예술가(Artist)가 조합된 아이티스트(Eyetist)군요.

효민 맞아요. 회의를 통해 함께 정했어요.

하퍼스 바자 공식 인스타그램(@eyetist_official)을 통해 공개된 건 아직 반짝이는 눈 아이콘뿐이지만 귀엽고 독특해서 시선을 사로잡아요.

효민 마침 모회사가 캐릭터 플레이에 강점을 지닌 위글위글이었기에 자연스럽게 도움을 받을 수 있었어요. 제품 디자인에도 그 톤앤무드가 이어지도록 일러스트를 더해 통일감을 줬구요. 참고로 패키지 속 캐릭터는 제 얼굴 사진을 2D로 변환해 만든 거예요.

하퍼스 바자 인스타그램을 보니 사무실에 자주 출근하고 제조 공장도 방문했더라고요. 모든 과정에 참여하나요?

효민 효민사와를 만들 때는 로고 크기 하나까지 의견을 냈어요. 깨어 있는 시간은 계속 취해 있을 만큼 성분을 미세하게 조율하고 시음을 반복했죠. 결과물에는 만족했지만, 그 과정에서 '어떤 부분은 내가 한 발 물러서는 게 낫겠다'는 걸 배웠어요. 그 경험을 바탕으로 이번에는 전문가의 의견을 적극적으로 따르고 있어요. 제품 특성상 전문적인 지식이 필요한 부분이 많기도 하고요. 대신 크리에이티브 디렉터의 역할에선 모든 부분을 주도해요. 브랜딩, 상품 기획, 마케팅 전반에 대한 디렉팅과 협업 아티스트 발굴은 물론 해외 바이어와의 미팅에도 참여하고요.

하퍼스 바자 렌즈의 기술적인 요소나 소재에 대한 지식은 어떻게 익히고 있죠?

효민 공부하고 있지만 전문적인 영역은 아무래도 이해하기 어렵더라고요. 그래서 직접 경험하는 것에 주력하고 있어요. 매일 착용하면서 불편한 점을 꼼꼼히 체크하고 있죠. 착용감을 개선하려면 렌즈를 얇게 만들어야 하는데 그러면 쉽게 찢어지고 건조해져요. 반대로 두꺼우면 함수율이 높아지지만 이물감이 생겨 불편하죠. 5개월간 수차례 테스트를 반복한 끝에 그 중간 비율을 찾아냈어요.

하퍼스 바자 렌즈 모양은 누가 디자인하나요?

효민 제조사에 수많은 샘플들이 있어요. 사진으로 1차 선택을 하고, 실물을 보고 추린 다음 직접 착용해보고 최종 샘플을 결정해요. 이후에는 디테일을 잡는 단계예요. 장기간 사용하면서 빛에 따라 어떻게 보이는지 체크하고 컬러, 프린트 디자인, 라인 두께, 직경 등을 미세하게 조율해요.

하퍼스 바자 그렇게 만든 아이티스트는 기존 브랜드와 무엇이 다른가요?

효민 여러 가지 디자인을 테스트해보면서 렌즈에 따라 거울로 봤을 때와 사진을 찍었을 때 느낌이 다르다는 걸 깨달았어요. 실제로 봤을 때도 예쁘고 사진이나 영상에서도 매력이 돋보이면 좋을 것 같더라고요. 적당히 임팩트가 있으면서 부담스럽지 않은 디자인을 목표로 했죠. 일반적인 컬러 렌즈는 2~3가지 색을 레이어링하는데 저희는 4개를 사용하는 고급 인쇄 방식을 적용했어요. 빛반사나 그림자 효과를 위한 보조 톤을 추가해 눈빛이 한층 깊고 유니크해 보이죠.

하퍼스 바자 오늘 착용한 렌즈도 아이티스트인가요?

효민 맞아요. 곧 선보일 제품이에요. 그레이와 올리브 컬러를 결합했어요. 눈빛이 굉장히 초롱초롱해 보이죠?

하퍼스 바자 사전에 공유받은 리스트를 보니 화려한 디자인과 심플한 모양이 공존하더라고요.

효민 아까 잠깐 설명했듯 아이티스트는 다양한 아티스트와 함께 렌즈를 만들어요. 개인별로 눈동자의 색, 크기는 물론 취향이 다르니 다채로운 스타일을 선보일 수 있죠.

하퍼스 바자 어떤 아티스트와 함께했는지 궁금하네요.

효민 아직 구체적으로 공개할 수는 없지만 컬러 렌즈에 관심이 많고 자주 착용하는 인물들이에요. '어떻게 이런 조합이 가능하지?'라는 생각이 드는 흥미로운 협업도 고려하고 있어요. 그 일환으로 웹툰 <전지적 독자 시점>과의 컬래버레이션을 스포할게요.

하퍼스 바자 좋아하는 아티스트가 직접 제작한 디자인이라니 팬들이 더 환호하겠어요.

효민 맞아요. 그래서 큰 팬덤을 가진 아티스트와도 협업하고 싶어요. 아티스트 여러분, 관심 있다면 연락주세요.(웃음)

하퍼스 바자 바로 어제였죠. 촬영 이야기를 나누던 중, 코스메틱까지 라인을 확장할 것이라는 귀띔을 해줬어요. 아이티스트를 <바자>에서 처음 공개하는 만큼 좀 더 이야기 해볼까요?

효민 크림, 패치, 쿨러 등 눈과 관련한 제품까지 세계관을 확장할 예정이에요. 렌즈를 착용한 눈이 더 매력적으로 보이는 아이템을 만날 수 있다고 생각해주세요. 안대, 렌즈 케이스, 케이스 키링 같은 굿즈도 계획하고 있고요.

하퍼스 바자 섭외 당시 스케줄을 직접 관리한다며 개인 번호를 건네서 놀랐어요. 한 달 전에 일정을 잡았는데 그 사이 해외를 네 번이나 다녀왔더라고요. 매니저 없이 스케줄과 브랜드 론칭까지 모두 챙기기 벅차지 않나요?

효민 링거와 영양제의 도움을 받죠.(웃음) 지난달엔 유독 스케줄이 몰리긴 했지만, 오래 쉬는 걸 잘 못해요. 어릴 때부터 무언가를 만드는 걸 좋아했는데, 이제는 내 브랜드로 수익까지 얻을 수 있으니 얼마나 행복해요. 최근에는 강남역으로 자발적 시장조사를 다녀왔어요. 렌즈미, 오렌즈, 하파크리스틴 등 여러 매장이 모여 있어 마치 렌즈 스트리트 같더라고요. 이런 모든 과정이 아이티스트의 퍼즐을 맞춰가는 일이라고 생각하면 즐거워요.

하퍼스 바자 아이티스트를 통해 사람들이 어떤 시선으로 세상을 바라봤으면 하나요?

효민 편견 없는 시선이요. 저는 다른 사람의 말보다 제가 직접 보고 경험한 것을 믿는 편이에요. 여러분도 자신만의 시선으로 세상을 바라보길 바라요.

하퍼스 바자 이렇게 기대감을 끌어올린 아이티스트, 언제 만날 수 있나요?

효민 아이 케어 제품까지 카테고리를 확장하면서 유통 채널을 재정비하느라 일정이 조금 늦어졌어요. 그래도 올해 안에는 반드시 론칭할 계획이에요. 아이 케어 라인은 내년 상반기에 선보일 예정이고요. **B** 에디터/ 박경미

사진/ 이소정 헤어/ 경민정(아이린), 김귀애(효민) 메이크업/ 이아영(아이린), 이숙경(효민) 네일/ 임미성(효민) 스타일리스트/ 김지원(아이린), 시주희(효민) 어시스턴트/ 장서진 디자인/ 진문주



셔츠는 Tod's. 넥타이는 Grove. 귀고리, 반지는 Portrait Report.
시계는 스타일리스트 소장품.

콜라겐 주사

먹고 마시며 바르는 걸 넘어 이제 피부에 직접 주입한다? 화제의 콜라겐 주사에 대해.

알고리즘에는 나의 취향과 관심 키워드가 소름 끼치도록 명확히 드러난다. 가끔은 나보다 나를 더 잘 아는 듯해 무서울 정도. 요즘 유튜브 추천 영상을 통해 나의 관심사를 살펴보자면, 피르가즘을 유발하는 내성 발톱 관리, 급찐급빠 브이로그, <나는 솔로> 리뷰, 그리고 빠지지 않는 시술 후기들이다. 얼마 전엔 스크롤을 내릴 때마다 비슷한 시술 영상이 줄을 이었는데, 그게 바로 '콜라겐 주사'였다. 처음 영상이 떴을 땐 그저 콜라겐 생성을 돕는 스킨부스터 소개이려니 했다. 시술 마니아인 에디터에게 쥬베룩 같은 콜라겐 생성 주사는 이미 익숙한 시술. 그런데 피부 진피에 콜라겐을 직접 '주입'하는 주사라고? 이건 도저히 그냥 지나칠 수 없는 알고리즘의 유혹이었다.

피부에 콜라겐을 채우다

조회수 전쟁터나 다름없는 유튜브 세상에서는 가장 핫하거나 최신의 정보를 선점하는 것이 전장에서 살아남는 비결이다. 그렇다면 '직접 주입형 콜라겐 주사(이하 콜라겐 주사)'는 요즘 가장 주목받는 키워드임이 분명하다. 며칠 사이 관련 영상이 여러 개 떠올랐으니까. 그래서 피부과 전문의에게 가장 먼저 이 질문을 던졌다. "새롭게 등장한 시술인가요?"

답변은 예상 밖이었다. 콜라겐 주사제는 이미 1990년대부터 필러로 사용되었다는 것. 하지만 잦은 알레르기 사례로 시장에서 퇴출되다시피 했고, 그 자리를 꿰찬 것이 히알루론산 필러란다. "당시는 소의 콜라겐(bovine collagen)을 사용하였는데 인간 콜라겐과 구조적 차이가 꽤 크고 아텔로콜라겐(Atelocollagen, 알레르기 반응을 일으키는 부위를 제거한 주사용 콜라겐) 제조 기술이 대중화되지 못했었죠." 리더스피부과 전문의 노낙경은 분리·정제 기술의 발전으로 안전성이 개선되며 최근 다시 주목받고 있다고 설명한다. 콜라겐 부스터의 인기도 불을 지폈다. "이제는 피부 스스로 콜라겐을 생성하도록 자극하는 '유도형'과 부족한 콜라겐을 보충하는 '직접 주입형'이 공존하는 흐름입니다." 더셀피부과 전문의 심현철은 덧붙인다.

그렇다면 지금의 콜라겐 주사는 어떤 성분을 주입하는 걸까? 현재 국내에서 사용 중인 주사제는 돼지 콜라겐(porcine collagen)이 많으며 아텔로콜라겐으로 가공해 쓰인다. 레티젠, 콜라쥬 등이 대표적이다. 노낙경은 "레티젠은 콜라겐 입자가 매우 작아 피부 결과 톤, 모공을 개선하는 데 효과적입니다. 콜라쥬의 경우 굵은 콜라겐 다발을 사용하므로 볼륨과 탄력을 기대할 수 있죠. 또 레티젠은 제공된 주사 그대로 시술하지만, 콜라쥬는 생리식염수로 희석해 주사합니다"라고 소개한다.

최근 가장 뜨겁게 떠오르고 있는 '엘라비에 리투오'는 그에 대한 시각이 분분하다. 흔히 콜라겐 주사로 소개되지만, 엄밀히 따지면 결이 다르다. (세포를 제거한) 사람의 진피를 분말화한 형태로 콜라겐 외에도 엘라스틴, 히알루론산 등 다양한 진피 구성 요소를 포함한다. 콜라겐 함량이 약 89%에 달해 '콜라겐 주사'로 분류되기도 하나 스킨부스터 계열에 더 가깝다는 견해도 많다. 콜라겐 직접 주사인 레티젠과 비교되거나, 리쥬란이나 쥬베룩과 같은 스킨부스터와 함께 소개되는 이유다. "법규 측면에서도 차이가 있습니다. 콜라겐 주사제는 의료기기로 허가받는 반면, 동종진피 조직을 이용한 제품은 '인체조직이식재'로 등록하게 되어 있어요." 노낙경은 콜라겐과 다른 카테고리로 직접 비교하는 것은 적절하지 않다는 의견이다.

무엇이든 간에 엘라비에 리투오는 관련 주식이 상한가를 기록할 만큼 화제의 중심에 있다. 동물 콜라겐과 비교해 알레르기 발생 가능성이 낮아 부작용 걱정을 덜 수 있기 때문. 피부 환경이 전반적으로 재건되면서 좋아지기 어렵다는 모공과 상처 치료에도 효과를 보여 실제 시술 후기도 긍정적이다. 그러나 논란도 있다. 기증받은 인체 조직을 미용 목적으로 활용한다는 점에서 윤리적 비판이 뒤따른다.

콜라겐 주사는 부족한 성분을 직접 주입하는 만큼 효과가 빠르다는 것이 특징이다. 피부 밀도가 개선되고 탄력이 회복되며 볼륨이 자연스럽게 차오른다. 또 콜라겐 재생을 촉진하는 역할도 동시에 해 보다 근본적이고 장기적인 결과를 기대할 수 있다. 간혹 필러와 비교되기도 하는데(특히 엘라비에 리투오를 필러처럼 잘못 소개하기도 한다) 이는 엄연히 다르다. 심현철은 다음과 같이 비유한다. "모래주머니의 모래를 지방, 천 주머니를 피부라고 가정했을 때 모래를 채워주는 것이 필러, 천 자체를 두껍고 짱짱하게 해주는 것이 콜라겐 주사라고 할 수 있어요." 쥬베룩, 스컬트라, 래디어스 등 콜라겐 부스터 시술 시 간혹 나타나는 결절 등의 부작용이 없는 것도 장점. 하지만 드물게 발적, 가려움 등 알레르기 반응이 나타날 수 있어 전문가와 충분히 상담하는 것이 좋다. 오가나셀피부과 전문의 오가나는 "여드름이 심하거나 염증이 있는 상태, 켈로이드 체질, 자가면역 질환자, 동물성 단백질 알레르기가 있다면 권장하지 않는다"고 조언한다. 권장 시술 주기는 전문가마다 차이가 있지만 보통 한두 달 간격으로 2~3회를 받은 뒤 연 1~2회 보강할 것을 추천한다.

직접 주입형이든 유도형이든 현재 콜라겐 시술은 미용업계에서 중요한 축이다. 콜라겐에 항산화제, 성장인자 등을 결합하는 하이브리드 제형이 늘어나고 있으며, 개인에 따라 제품과 방법을 달리하는 프로토콜도 점점 정교해지는 추세다.

"주사형 콜라겐은 분명 장점이 많지만, 소수의 알레르기 반응 문제를 해결해야 합니다. 이를 극복하려면 인체 유래 콜라겐이 필요하고 윤리적 문제와 규제는 극복해야 할 과제이죠. 당분간은 히알루론산 기반 시술, 합성고분자 스킨부스터, 리쥬란과 같은 DNA 주사제, 콜라겐과 동종진피 유래 성분 주사 등이 경쟁을 이어갈 것으로 보입니다. 흥미로운 건, 이러한 기술적 진보를 대부분 한국 바이오 기업들이 이끌고 있다는 점이에요. K-뷰티와 K-미용의학의 흐름은 당분간 꺾이지 않을 것입니다." 노낙경의 말이다. B 에디터/ 정혜미



'자연스럽게 예뻐지고 싶다'는 요즘 시술 트렌드에 힘입어 콜라겐 주사의 인기는 당분간 식지 않을 전망이다. 콜라겐 생성을 돕는 '유도형'과 부족한 콜라겐을 채우는 '직접 주입형'이 나란히 시장을 이끌고 있다.

사진/ 정원영 도움말/ 노나경(리더스피부과 청담도산대로점), 심현철(더셀피부과), 오가나(오가나셀피부과 청담본점) 어시스턴트/ 장서진 디자인/ 이진미

SECRET HACKS

퇴근 후에도 사라지지 않는 피로와 뻐근함.
뒷목과 허리는 쑤시고, 뭉친 두피는 두통까지 불러온다.
하루 종일 컴퓨터 앞에 앉아 있는 이들부터
장시간 서서 일하는 직군까지, 현대인이라면 누구나 겪는
만성 통증을 해결할 힐링 도구는?



Elotems 두피 지압 바디 마사지 괄사 7천원대

집에 놀러 온 친구가 "마치 고문실 같다"고 할 정도로 다양한 마사지 기구를 구비하고 있으나 정작 손이 자주 가는 건 이 제품이다. 갑작스러운 두통 때문에 쿠팡에서 급히 구입했는데, 곁에 두고 수시로 사용하기 좋고 이곳저곳 마사지하기에 유용하다. 가격도 합리적이라 주변 작가들에게 자주 영업(!)하는 중. 따라 산 이들도 만족도가 꽤 높다. 두 줄로 선 8개의 돌기로 관자놀이를 문질러주면 지끈거림이 시원하게 풀리고, 앞쪽 돌기로 승모근을 누르면 굳은 어깨가 한결 가벼워진다. 어깨와 승모근 긴장이 탈모에도 영향을 준다는 말에 더욱 열심히 사용하고 있다. 아리랑 라디오(Arirang Radio) 작가 황보규리

Ballance 볼란스 인텐시브 18만원

한 자세로 오래 앉아 일하다 보니 일상생활에 영향을 미칠 정도로 허리, 골반, 견갑골이 좋지 않다. 자세를 잡아주는 의자는 물론 목 견인기, 폼롤러, 마사지건, 지압 발 받침대까지 다양한 아이템으로 이를 극복하고 있다. 그중에서도 볼란스는 속근육까지 세밀하게 풀어주는 점에서 특별하다. 매일 아침 약 15분간 볼란스로 굳은 몸을 이완한다.(유튜브에 다양한 운동법이 소개돼 있으니 참고할 것.) 일하다가 허리나 등이 너무 아플 때는 잠시 볼란스 위에 누워 숨을 고르기도. 사용해 봤다면 알겠지만, 통증 부위가 확실히 개운하고 가벼워진다. 지금까지 이를 대체할 만한 제품은 찾지 못했다. 스튜디오 보라네 (Studio BRNE) 리터처 최보라

Benton 두피 괄사 마사지기 8천9백원

한 셀럽의 '인 마이 백' 콘텐츠를 촬영하다가 처음으로 괄사를 따라 샀는데 재질이 딱딱해 나에겐 다소 아팠다. 나무는 부드러울까 싶어 리뷰가 많은 이 제품을 구매했고, 다행히 피부에 닿는 느낌이 좋았다. 개인적으로는 차가운 플라스틱이나 도자기보다 시원한 나무 재질이 잘 맞는 듯. 다른 괄사에 비해 모양은 단순하지만, 그립감이 훌륭하고 목과 어깨, 두피에 완벽하게 밀착되어 만족스럽다. 무거운 촬영 장비를 들고 나르느라 생긴 결림으로 늘 파스나 근육 이완제를 찾곤 했는데, 목과 어깨선을 따라 풀어주면 확실히 아픔이 덜하다. 마사지건의 도움을 받기도 하지만 요란스러워 조용히(!) 통증을 풀기에 이만한 게 없는 듯하다. <더블유 코리아> 비디오 에디터 이정아









Beauty Pia 튤립잔스 5만2천원

좋다는 마사지 도구는 웬만큼 다 써본 '괄사 마니아'로서 잔스를 추천하는 이유는? 섬세한 돌기 덕분에 손에 무리가 가지 않고 근육 결을 세심하게 풀어주기 때문. 한마디로 효과를 제대로 봤다는 것이 가장 큰 이유다. 하루 20분, 측두부와 정수리를 지그재그로 문지르고 귀 뒤 유양돌기를 돌려가며 풀어준다. 처음에는 아프다가 점점 시원해지더니 피부톤이 맑아졌다. 쇄골, 복부, 겨드랑이 등의 림프절은 탕탕 두드려주고, 두피는 원을 그리듯 마사지한다. 하루 동안 쌓였던 피로가 가시고, 뻣뻣한 목 근육이 부드러워지며 편두통도 좋아졌다. 피부에 직접 사용할 때는 오일을 함께 사용할 것. 파프짐(Private and Finest Gym) 도곡점 필라테스 강사 문시진

Snpe 미니 나무손 높은형 4만원

도저히 몸에서 떼어 놓을 수 없는 아이템. 도수 치료 선생님이 추천해준 동일 브랜드의 '다나손'(이 또한 많은 이들의 인생템으로 꼽힌다)을 사용하다가 더 작고 가벼운 이 제품으로 갈아탔다. 목에 대고 누운 채 고개를 좌우로 움직이면 고통 속에서 천국을 맛본다. 그대로 등을 따라 내려가며 척추 부위를 마사지하고, 손으로 잡아 두피를 풀어준다. 기존에 쓰던 괄사는 특화된 부위가 아니면 그립감이 좋지 않았는데 주먹을 쥐듯 잡으면 어디든 편하게 마사지할 수 있다. 지압봉의 높이와 형태로 강도를 조절할 수 있다는 것도 장점. 두 기둥이 혈자리를 정확히 짚어주어 불편했던 경추가 확실히 편안해졌다. 프리랜스 헤어 아티스트 경민정

Face Factory 세라믹 괄사 마사저 3만9천9백원

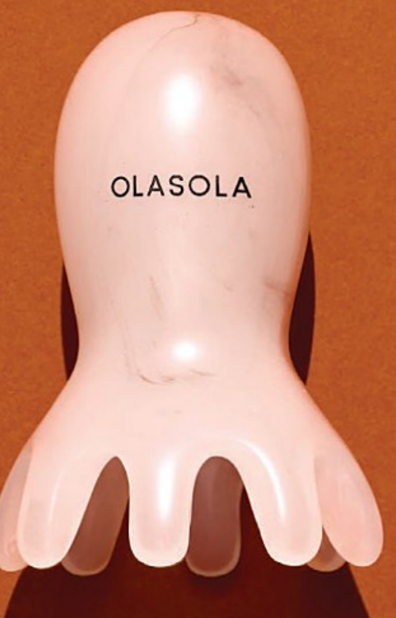
모델이라는 직업 특성상 전신 부기는 늘 풀어야 하는 숙제. 관리를 게을리하면 바디 라인도 흐려진다. 이전에 사용하던 제품은 얼굴 관리에만 특화돼 아쉬웠는데 이 마사저는 두피, 어깨, 종아리, 발바닥까지 모두 지압할 수 있어 순환 관리에 효과적이다. 더불어 늘 긴장하는 승모근이나 이를 악무는 습관으로 뭉친 저작근 등을 이완해주기에 좋다. 자극을 줄이기 위해 얼굴과 승모근에는 꼭 수분 크림을 바른 뒤 사용한다. 기분 탓일 수도 있지만 이 제품을 쓰고 나서는 평소 자주 느끼던 체기가 덜하다. 무엇보다 오랜 시간을 들여서 풀어야 했던 긴장 부위가 적은 힘과 시간으로도 빠르게 해소된다는 점이 만족스럽다. 가르텐 소속 모델 문지원

Olasola 두피 꾹꾹괄사 1만원대

메이크업을 하면 한쪽 팔과 어깨를 많이 쓰게 되고, 목과 허리가 한 방향으로 기울게 된다. 그리고 이 시간이 길어지면 경추 주변이 경직되면서 두통이 찾아온다. 이럴 때 나의 구원투수가 되어주는 게 바로 문어 괄사다. 손바닥으로 쥐고 살짝만 눌러도 정확히 힘이 전달돼 아픈 부위를 쉽게 풀어준다. 두피를 슥슥 빗듯 긁어주면 두통 완화는 물론 처진 페이스 라인에도 자극을 준다. 문어 머리로는 미간이나 턱 근육을 지그시 누르며 동그라미를 그려준다. 국소 부위에 쓰기 좋고, 동그란 형태라 피부 자극도 적다. 앙증맞은 사이즈와 착한 가격 덕분에 가방, 차, 침대, 화장대 등 손 닿는 곳마다 두고 쓰는 추천템이다. 프리랜스 메이크업 아티스트 오가영 B 에디터/ 정혜미



사진/ 정원영 어시스턴트/ 장서진 디자인/ 진문주



FROM BLOOM TO PERFUME

그라스 대지 위에 핀 한 송이 꽃이 향수가 되기까지,
그 향기로운 여정을 함께했다.











IN THE FIELDS OF CHANEL

샤넬 'N°5'의 탄생 스토리는 한번쯤 들어봤을 터. 천재 조향사 에르네스트 보(Ernest Beaux)가 가브리엘 샤넬에게 건넨 샘플 중 '다섯 번째' 병이 향수 역사에 한 획을 그은 'N°5'였다. 이때 에르네스트 보는 핵심 노트로 그라스에서 재배된 재스민을 선택했다.

따스한 햇살과 청량한 바람이 교차하던 9월, 에디터는 향의 발상지이자 샤넬 향수의 첫 장이 쓰인 프랑스 남부의 그라스(Grasse)를 찾았다. 도착하자마자 바람결을 타고 흘러온 진한 재스민 향이 가장 먼저 우리를 맞이했다. 입구에 들어서니 끝이 보이지 않는 대지가 펼쳐졌다. 무려 30헥타르(축구장 4개 크기)에 이르는 드넓은 농장. 이른 아침 햇살 아래 농부들은 꽃 사이에 몸을 묻은 채 재스민을 손수 수확하고 있었다. '별들의 꽃'이라 불리는 재스민은 밤에 개화해 풍성한 향기를 내뿜기에 새벽녘부터 바쁘게 움직여야 한다. 연약하고 금세 시들어 오직 손으로만 수확하며, 갓 딴 꽃은 젖은 천으로 덮어 신선함을 유지한다. 빨간 매니큐어를 칠한 손끝으로 여린 꽃을 따고, 머리에 재스민을 꽂은 채 웃는 그들의 모습에서 따뜻한 생기가 피어올랐다. 샤넬 향수의 한 페이지가 쓰이고 있었다.

그라스는 원래 가죽 무역이 활발한 도시였다. 그러다가 17세기, 가죽에 밴 마구간 냄새를 없애기 위해 향을 뿌리기 시작하면서 도시의 운명이 바뀌었다. 비옥한 토양과 온화한 기후, 바람을 막아주는 지형 덕분에 향수의 원료가 되는 꽃들이 풍성히 자라났다. 재스민, 로즈, 라벤더 향이 도시 전역에 퍼지며 향 추출업자, 무역상, 최상급 원료를 찾는 조향사들이 이 지역으로 하나둘 모여들었다. 그렇게 그라스는 향수의 요람으로 거듭났다.

샤넬 농장이 그중에서도 특별한 건, 그라스 지역의 최대 꽃 생산지(그라스 재스민의 90% 이상이 이곳에서 재배된다)이자 무려 여섯 세대에 걸쳐 뮬(Mul) 가문과 긴밀한 파트너십을 이어오고 있기 때문. 이 협력 관계는 1987년, 당시 샤넬의 조향사였던 쟈끄 뽈쥬(Jacques Polge)의 주도로 시작됐다. 이를 통해 샤넬은 꽃의 질과 양을 직접 관리하며 향의 일관성과 예술성을 지켜올 수 있었다. 'N°5'가 한 세기 넘는 시간 동안 변함없는 향을 간직하며 사랑받는 비결이다.

이곳에서는 재스민 외에도 메이 로즈, 아이리스, 튜베로즈, 제라늄 등 샤넬 향수에 쓰이는 다섯 가지 주요 작물이 재배된다. 뮬 가문은 '지속 가능한 개발'이라는 개념조차 생소하던 시절부터 화학 비료를 쓰지 않는 자연 친화적 농법을 이어오고 있다. 2010년에는 유기농 작물 농장 인증을 받았다. "토양이 고갈되는 위험 없이 최고 수준의 꽃을 재배하기 위한 기술을 지속적으로 개선하고 있습니다. 작물 재배 사이에는 농장을 휴경하고, 토양을 깊이 이해하기 위한 분석도 수행하죠. 가장 향기로운 꽃을 생산하고 미래에도 동일한 품질을 보장하는 것이 최우선 목표입니다." 뮬 가문의 5세대로 농장을 이끄는 파브리스 비앙키(Fabrice Bianchi)는 말한다. 물 소비량을 줄이고 생태계 보존 시스템을 구축하는 등 환경 보호에도 꾸준히 힘쓰고 있다.

1988년, 샤넬은 농장 바로 옆에 향 추출 공장을 설립하며 두 번째 장을 열었다. 꽃의 가장 신선한 향을 온전히 담아내기 위함이다. 이곳은 향수의 심장이라 할 수 있는 앱솔루트를 추출하고, 수확 시기마다 향을 테스트하며 개선하는 실험실이기도 하다. 이로 인해 농장에서 공장까지, 꽃이 향으로 태어나는 전 과정을 완벽하게 통제할 수 있게 되었다.

오후 1시 수확을 마친 재스민은 무게를 재고 곧장 공장으로 옮겨졌다. 에디터도 그 꽃의 여정을 따라 그곳으로 향했다. 오늘 아침에 수확한 하얀 재스민 더미가 이미 도착해 있었다. 향의 성분을 흡수하는 용매제에 재스민을 담그면, 용매가 증발하며 향기 왁스인 '콘크리트'가 남는다. 이 왁스에서 향기 성분을 분리해 얻은 것이 향수의 포뮬러에 사용되는 '앱솔루트'다. 1kg 콘크리트를 만들기 위해서는 약 350kg의 재스민이 필요하며, 그중 단 550g만이 재스민 앱솔루트로 태어난다.

재스민이 시들기도 전에, 모든 과정은 하나의 호흡으로 이어져 향기로운 이야기를 써 내려가고 있었다.







CRAFTED BY MANY

농부, 원예사, 추출 전문가, 화학자 등의 손길을 거친 꽃은 조향사의 풍부한 상상력을 만나 향의 언어로 다시 태어난다. 조향사 올리비에 뽈쥬(Olivier Polge)와의 프레젠테이션에서는 샤넬 향수를 탄생시키는 창의적 감각과 실험적 태도를 엿볼 수 있었다. "모든 것이 영감의 원천이 될 수 있어요. 흔한 클리셰나 틀에 얽매이지 않죠. 감정, 색, 소리조차 창작의 도구가 될 수 있습니다. 향수가 또 다른 향수의 아이디어가 되기도 해요. 특히 샤넬처럼 뚜렷한 정체성을 가진 브랜드라면 더욱 그렇죠." 그는 좋은 향수란 오래도록 기억되는 것이라고 말한다. "제가 향수를 사랑하는 이유 중 하나는 정말 주관적인 것이기 때문이에요. 향수는 내면의 감정을 불러일으키며 동시에 기억 속에 남아야 합니다."

샤넬 향수는 오랜 시간 동안 사람들의 기억 속에 머물며, 그 시간의 층위가 쌓여 하나의 아이콘이 되었다. 그리고 그 향 뒤에는 수많은 이들의 재능과 열정이 깃들어 있다. 샤넬은 이번 트립을 통해, 향수가 탄생하기까지 각 분야의 장인들이 이뤄낸 연대의 감각을 조명했다. 그들은 향을 추출하거나 창조하고, 원료를 다루거나 빚으며 각자의 자리에서 향수에 생명을 불어넣고 있다.

"저는 그라스 농장에서 30년을 일했습니다. 우리는 가족과 같아요."
- 그라스 농부 루치아나 로마노(Luciana Romano)

"1년 내내 꽃에 둘러싸여 살아갑니다. 이젠 두 세대가 저의 발자취를 따르고 있어요." **- 그라스 농장주 죠세프 뮬(Joseph Mul)**

"그라스의 생산 현장은 단순히 보여주기 위한 꽃밭이 아닌, 실제 향수에 쓰이는 원료를 재배하는 곳입니다. 공장 역시 실제로 원료를 만들어내는 장소이죠. 우리의 목표는 조향사에게 새로운 창작의 재료를 제공하는 것이에요."
- 추출 공정 매니저 나일리 에비비(Naïlée Ebibi)

"향수 보틀의 선과 면에는 극도의 정교함이 깃들어 있습니다. 대규모 산업 시스템 안에서 일하지만, 수공예의 섬세함과 인간적인 온기를 잃지 않으려 합니다."
- 패키지 디자이너 실비 르가스텔루아(Sylvie Legastelois)

"우리의 사명은 과거 컬렉션을 보존하는 동시에 그 가치를 높이는 것입니다. 손상된 작품이 있으면 복원하고, 연구를 통해 체계적으로 기록합니다. 이 일은 단순히 역사를 지키는 걸 넘어 미래를 바라보는 작업이에요."
- 헤리티지 큐레이터 쥴리 디디에(Julie Deydier)





오랜 세월 샤넬 향수는 화장대 위에서 변함없이 그 자리를 지켜왔다. 얼마나 독보적인 존재인지, 얼마나 매력적인 향을 지녔는지는 이미 그 제품들이 증명하고 있다. 그러나 그라스 대지에서 자란 꽃을 직접 만지고, 향수가 완성되기까지 거치는 손길을 따르다 보니 단순한 향이 아니라는 걸 다시금 깨닫게 되었다. 그것은 매일 자신의 자리에서 최선을 다하는 이들의 마음이 모인, 하나의 집단적 예술이었다.
이들의 책임감 있는 수고 덕분에 오늘도 나는 향에 대한 열정과 사랑을 입고 또 다른 나를 만난다.

MASTERING THE HARMONY

과거와 현재, 그리고 미래가 공존하는 창작의 여정. 그 하모니의 중심에는 조향사 올리비에 뽈쥬가 있다.

샤넬은 오래전부터 그라스에서 향수의 원료가 되는 꽃을 직접 재배해왔습니다. 오늘날까지 이를 고수하는 이유는 무엇인가요? 우리가 지키고 있는 것은 단순한 전통이 아닙니다. 샤넬 'N°5'가 탄생하던 그 시절의 오리지널 향과 본질을 이어가고 있는 것이죠. 그라스에서 자란 꽃으로 'N°5'를 만들었으니, 오늘날에도 같은 방식을 이어가는 게 당연하다고 생각합니다. 제가 샤넬 하우스에서 특히 좋아하는 것이 바로 이 장인정신입니다. 이는 샤넬의 거의 모든 창작 활동의 근간이 되며, 우리로 하여금 더 큰 창의력과 자유를 발휘할 수 있게 해줍니다.

유산을 이어간다는 것은 단지 전통을 지킨다는 의미만은 아닐 겁니다. 샤넬 향수 100년의 역사 속에서 변하지 않은 것과 진화를 거듭해온 것을 하나씩 꼽는다면요? 저는 '전통' '유산'이라는 단어보다는 스타일에 대해 이야기하는 편을 선호합니다. 스타일을 지킨다는 것은 앞서 말한 장인정신을 유지한다는 것이기도 합니다. 그리고 장인정신이란 살아 숨 쉬는 존재예요. 우리는 언제나 전통적인 기술과 혁신 사이에서 적절한 균형을 추구하고 있습니다. 그라스에서 이 질문을 받게 되어 더욱 의미 있게 느껴지네요. 이곳은 우리가 재스민을 보호하기 위해 얼마나 많은 노력을 기울이고 있는지를 보여주는 현장이기도 하니까요. 우리 팀은 새로운 추출법을 개발하고, 기존 공정을 개선하기 위해 끊임없이 연구하고 있습니다. 결국 이 모든 것은 긴밀하게 연결되어 있습니다.

그라스에서 자란 꽃의 향을 샤넬만의 언어로 번역할 때, 조향사로서 가장 중점을 두는 기준은 무엇인가요? 향수를 창조할 때 가장 중요하게 생각하는 것은 그 향이 기존 향수들과 어떤 방식으로든 공명해야 한다는 점입니다. 또 하나는 창조 정신과 마인드셋이에요. 우리는 재스민, 로즈, 튜베로즈, 아이리스 등 특정 원료에 대해 많은 이야기를 나누지만, 제가 끊임없이 찾고 있는 건 향의 구성을 단순한 조합 이상으로 확장하는 일입니다. 즉, 원료를 넘어 스타일과 개성을 표현하는 향수, 그리고 그 향을 통해 감정을 전달하는 방식을 구축하는 것이죠.

그런 향수를 만들기 위해 접목하고 싶은 그라스 원료나 현재 연구 중인 새로운 식물이 있을까요? 미지의 원료를 발견하는 일은 매우 드뭅니다. 향수의 세계에는 수백 년 동안 전 세계를 여행하며 낯선 식물을 찾아온 전문가들이 있으니까요. 새로운 식물을 발견하더라도 향수로 구현하기 위해선 대규모 재배가 필요합니다. 작은 농장 하나로는 향수를 생산하지 못하죠. 그만큼 향 원료를 도입한다는 건 무척 어려운 일이에요. 제가 특히 흥미롭게 느끼는 부분은 이미 알려진 원료를 새로운 방법으로 추출해내는 것입니다. 그렇게 원료의 숨은 면을 발견하면 전혀 다른 창작의 가능성이 열리는 것이죠. 그런 의미에서 농장 옆에 추출 공장이 있다는 건 매우 중요합니다. 우리는 이미 익숙한 원료들의 잠재된 특성을 더 적극적으로 연구하고 있습니다.

'좋은 제품을 위해서는 좋은 원료가 필수'임은 당연한 전제입니다. 하지만 현대사회에서는 값싼 대량 생산품에 밀려 이를 지키기가 쉽지 않은 것도 사실이에요. 조향사의 입장에서 좋은 향수를 만들기 위해 왜 원료부터 철저하게 관리되어야 하는지 들려주세요. 음악에 비유할 수 있을 것 같아요. 좋은 음악을 만들려면 좋은 악기가 필요합니다. 아마도 훌륭한 목소리를 가진 가수가 제 목소리를 가진 가수보다는 훨씬 낫겠죠.(웃음) 향수 원료도 그와 다르지 않습니다. 향수의 품질은 보다 긴 시간 속에서 자리 잡는 것이고, 한 시즌의 트렌드를 넘어서는 것이라고 생각합니다.

하지만 일련의 기후위기가 고품질 원료를 위협하고 있습니다. 샤넬과 그라스 농장은 이러한 변화에 어떻게 대응하고 있나요? 우리가 기후변화에 직면해 있다는 것은 분명한 사실이지만, 전 세계가 모두 같은 상황은 아닙니다. 그라스는 다행히 비교적 온화한 기후를 유지하고 있죠. 하지만 겨울에는 예전만큼 기온이 충분히 내려가지 않아요. 장미나무는 자연의 명확한 신호를 필요로 합니다. 다시 말해 추운 겨울과 따뜻한 여름이 뚜렷해야 하죠. 기온의 변화에 따라 식물은 휴면기를 갖고, 다시 생장을 시작합니다. 하지만 최근 몇 년간은 충분히 춥지도, 덥지도 않은 날씨가 이어졌습니다. 그 결과, 꽃 수확량이 줄어들고 있다는 사실을 알게 됐어요. 우리는 이 문제에 대응하기 위해 농장을 조금씩 확장하고, 재식림(replanting)을 진행하고 있습니다. 이는 기후변화가 불러온 새로운 국면이라 할 수 있죠. 동시에 전 세계 농장주들에게도 긍정적인 영향을 미치기 위해 노력하고 있습니다. 살충제 없이 재배하고, 기계 사용을 최소화하는 지속 가능한 영농법을 통해 지구온난화의 확산을 막으려 합니다. 의미 있는 점은, 이런 변화가 우리에게 더 많은 연구와 실험의 기회를 가져왔다는 점입니다. 때로는 수년이 걸리기도 하지만, 이곳에서 얻은 좋은 결과와 경험은 앞으로 전 세계 어느 농장에게든 무엇을, 어떻게 해야 하는지 기준이 되어줄 것입니다.

이번 트립에서는 원료가 샤넬 향수로 탄생하기까지 그 여정에 함께하는 55인의 이야기를 조명합니다. 조향사는 이들을 이끄는 오케스트라의 지휘자라고 볼 수 있을까요? 그랬으면 좋겠네요.(웃음) 저는 그라스를 정말 좋아합니다. 향수의 장인적 기술(craft)을 가장 잘 보여주는 장소이기 때문이에요. 하루 일과가 끝날 무렵, 눈에 보이진 않지만 공기 속에 무언가가 흐르고, 이는 주의를 끌며 상상력을 자극하죠. 그 모든 것은 결국 흙 속에서 자라나는 원료에서 시작됩니다. 그리고 그 주변에는 언제나 사람이 있습니다. 샤넬 향수를 위해 꽃을 수확하는 사람, 원료를 재배하는 사람, 공장에서 일하는 사람, 품질을 관리하는 사람까지. 서로 다른 배경을 지닌 수많은 이들이 하나의 긴 사슬처럼 연결되어 있어요. 몇 주 전에는 태국에 다녀왔는데, 그곳에서 샤넬 향수를 고객에게 소개하는 현지 직원들을 만났습니다. 그 순간, 이 또한 중요한 사슬이라는 생각이 들었죠. 예상하지 못한 직업들까지 향수를 만드는 전 과정에 연결되어 있다는 걸 보여주는 실례였어요.

샤넬 향수는 단순히 향을 내는 제품을 넘어, 하나의 문화적 담론으로 자리하고 있습니다. 오늘날 젊은 세대에게 향을 통해 전하고자 하는 메시지가 있다면요? 답하기 쉽지 않은 질문이네요. 향수는 단어가 아니니까요. 향의 메시지를 말로 옮기기란 쉽지 않죠. 제가 향수에서 좋아하는 점은, 말보다 훨씬 더 본능적인 메시지라는 사실입니다. 그 메시지는 우리의 개성과 깊이 연결되어 있어요. 향을 사랑하는 사람들이 느꼈으면 하는 것은 향이 우리의 감각과 감정 전반을 일깨우는 존재라는 점이에요. 그리고 바로 그 지점에서 향수는 자기 표현의 형태, 즉 자신에 대해 이야기하고 자신을 위로하는 방법이 된다고 생각합니다. B 에디터/ 정혜미



사진/ⓒ Chanel Beauty 디자인/ 이예슬

ON THE LIPS

입술을 케어하는 가장 호사스러운 방법.



1 La Mer 립 트리트먼트, 베어
라 메르 스킨케어의 핵심 성분이자 피부 자생력을 키우는 데 탁월한 미라클브로스™를 입술로 경험할 수 있다. 인체적용시험을 통해 입술의 피부 장벽 강화를 입증받았으며 오랜 시간 공들여 정제한 식물 오일과 탄력 개선에 효과적인 활성 성분을 담아 매끄러운 피부로 가꾼다. 제형이 부드럽게 녹아 표면을 코팅하듯 감싸고 멘톨 유도체가 시원한 청량함을 선사한다. 9만8천원대.

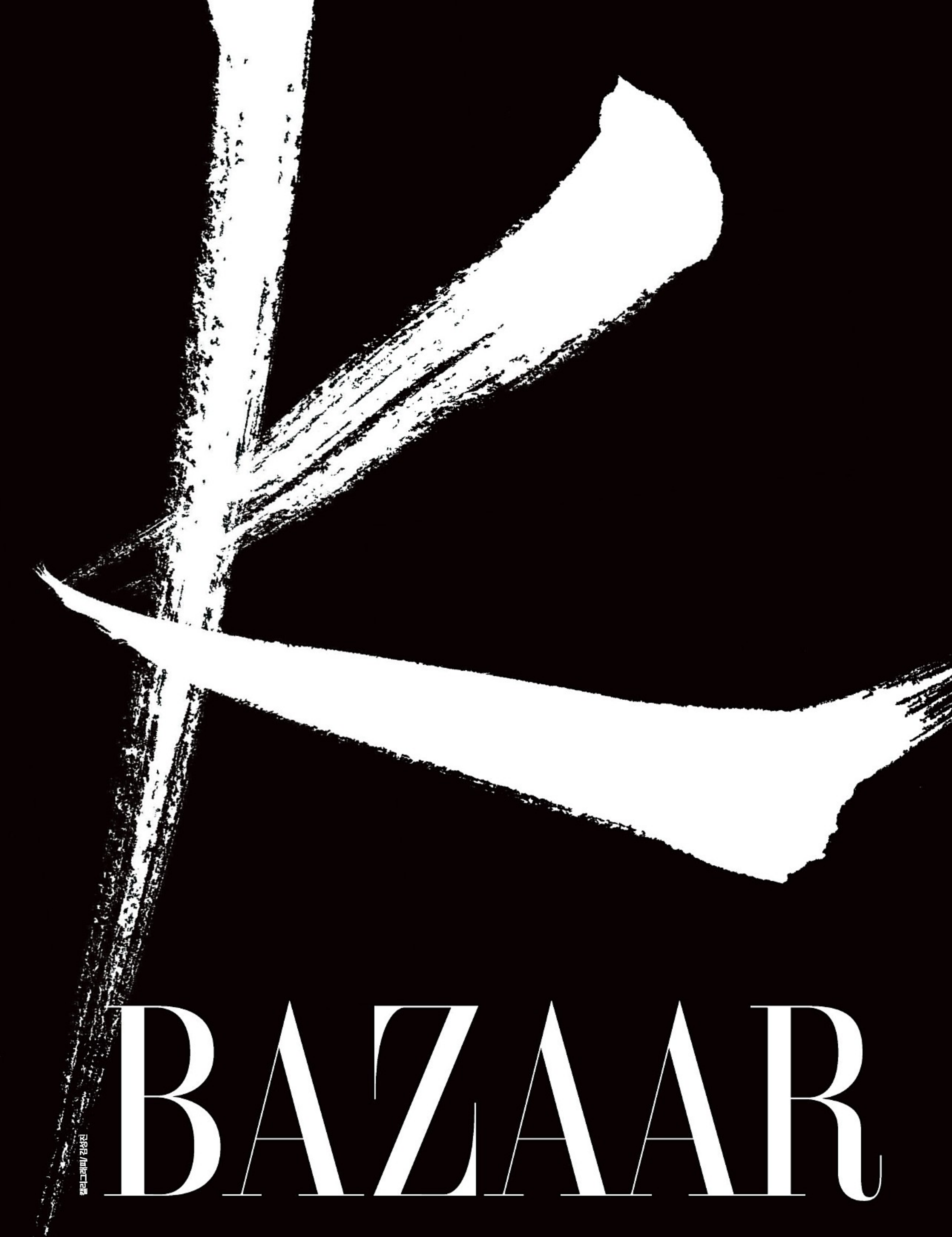
2 Louis Vuitton LV 밤, 030 텐더 블리스
클래식한 화이트와 골드의 조합, LV 로고가 새겨진 패션 액세서리 같은 디자인으로 가방에서 꺼낼 때마다 "나도 한번 써봐도 돼?"라는 반응이 돌아온다. 패키지는 황동과 알루미늄 소재로 내구성이 높다. 가격은 부담스럽지만 한 번 구매하면 리필을 교체하며 오래 사용할 수 있다는 얘기. 얇고 가볍게 발리지만 보습 성분을 풍부하게 함유해 촉촉함이 장시간 지속된다. 섬세한 핑크 펄 입자는 밀착력이 좋아 입술 위에서 오래 반짝인다. 23만원, 리필 9만8천원.

3 Lancôme 익셉셔널 압솔뤼 드라마 마뜨, #2115 퍼플 로즈 밤
랑콤의 팬이라면 더욱 소장 가치 있는 창립 90주년 기념 레 익셉셔널 컬렉션. 브랜드 최초의 립스틱에서 모티프를 딴 골드 패키지에 압솔뤼 루즈를 담았다. 과거와 현재를 상징하는 3가지 립스틱과 달리 '2115 퍼플 로즈 밤'은 미래를 나타내며 입술 pH 농도에 따라 자연스럽게 발색이 달라지도록 만들었다. 이는 개인의 고유한 미에 시너지 효과를 더한다는 랑콤의 지향성을 의미한다. 단독으로 사용해도 좋지만 촉촉함만 가볍게 더할 수 있어 베이스로도 추천한다. 18만원대.

4 Chanel 수블리마지 렉스트레 립 오일
수많은 립 오일을 사용해본 에디터도 "이런 제형은 처음이야!"라고 말할 정도로 가볍다. 물을 묻힌 것처럼 산뜻하지만 잠들기 전 바르면 다음 날 아침까지 마르지 않을 만큼 지속력이 뛰어나다. 샤넬 최상위 라인인 수블리마지 제품답게 입술 피부가 가진 재생력을 높여 손상을 회복하는 기능을 갖췄다. 프랑스 유리 공방에서 만든 글라스 패키지, 르사주 공방에서 제작한 트위드 가죽 케이스까지 세심하게 신경 쓴 고급스러움을 만날 수 있다. 39만원. B

에디터/ 박경미

사진/ 정원영 어시스턴트/ 장서진 디자인/ 이예슬



캘리그래피/ 김성진

REPORT

K-HAIR BOOM



K-뷰티의 한계 없는 성장은 계속된다.
한국 헤어 케어가 전 세계를 향하고 있다.

이제 좀 식상하게 들릴 수 있지만, 어쩔 수가 없다. 매년 최고 기온을 갱신하듯 K-뷰티의 인기도 하루가 다르게 치솟고 있으니까. 카디 비와 헤일리 비버는 한국 화장품 홍보대사로 위촉해도 될 정도고, 세계 어디서나 K-브랜드를 만날 수 있는 건 더 이상 놀랄 일도 아니다. 흥행을 잇는 초대박 아이템이 매일 새롭게 등장하고 있으며, 한국 메이크업 아티스트의 서바이벌은 글로벌 OTT에서 방영 예정이다. 스킨케어와 메이크업이 여전히 이 흐름을 주도하고 있지만 디바이스, 에스테틱 등 카테고리를 확장하며 상승세를 이어간다.

그중에서도 헤어 케어는 K-뷰티의 '다음 무대'로 불릴 만큼 빠르게 성장 중이다. 데이터 플랫폼 한경에이셀(Aicel)에 따르면 한국 헤어 케어 제품의 수출액은 세 분기 연속 증가하며 올해 3분기 사상 최대치를 기록했다. 리서치 기관마다 다소 차이는 있지만, 2030년까지 연 평균 5% 이상 성장할 것으로 전망된다.

사실 헤어 케어 시장은 프랑스, 일본, 미국 등 전통의 강호들이 굳건히 자리를 지키며 시장을 잠식해왔다. 또 인종과 모발 타입, 기후 등 다양한 요인의 영향을 받아 진입 장벽이 높다. 그럼에도 한국 브랜드가 입지를 넓혀가는 비결은 무엇일까?

전문가들은 스킨케어로 쌓아온 신뢰가 헤어 케어 영역으로 이어지고 있다고 분석한다. "'모발과 두피도 피부처럼 전문적인 관리가 필요하다'는 스키니피케이션(Skinification)이 확산되면서 고기능 성분과 혁신적인 기술력을 갖춘 한국 제품에 대한 관심이 높아졌습니다. 또한 우수한 품질 대비 합리적인 가격이라는 강점으로 글로벌 수요가 꾸준히 늘고 있죠." 어노브 브랜드 디렉터 문예인의 설명.

실제 많은 매체에서 한국 헤어 케어는 스킨케어의 연장선이라며 긍정적인 시선을 보낸다. 시카, 펩타이드, 세라마이드 등 스킨케어 핵심 성분을 적용한 포뮬러를 강점으로 꼽는다. 또한 손상된 모발은 물론 피부의 연장선인 두피를 근본적으로 개선한다는 점도 높이 평가받고 있다. 예방 관리와 셀프 케어, 뷰티와 건강을 아우르는 웰니스적 접근도 자주 언급되는 인기 요인이다.

글로벌 시장의 변화도 한류 열풍에 힘을 보탠다. 전 세계적으로 두피와 모발 고민에 따른 단계별 루틴이 자리 잡으면서 기능성 헤어 케어 시장이 급속도로 성장하는 중. 이 가운데 트리트먼트, 마스크, 앰플 등으로 이어지는 한국식 리추얼이 주목받으며 새로운 뷰티 표준으로 부상하고 있다.

취재를 하며 흥미로웠던 건, 이 분야 역시 틱톡을 비롯한 소셜미디어를 중심으로 빠르게 성장하고 있다는 것.(사실 헤어 케어는 SNS와는 다소 거리가 있을 거라 생각했다.) 이에 즉각적인 효과와 독창적인 제형을 갖춘 제품들이 특히 주목받고 있다. 사용 즉시 머릿결이 부드러워지는 모레모 '워터 트리트먼트 미라클 10', 수백만 조회수를 기록한 어퓨 '헤어 식초'가 대표적인 예다. "워터 트리트먼트 미라클 10을 출시할 당시, 시장에는 대부분 크림 제형 트리트먼트가 주를 이루고 있었습니다. 워터 타입이라는 제형과 10초 케어가 신선하게 다가가 미국, 중동 등 해외 시장 진출의 발판이 되었죠." 모레모 해외영업팀 이수연의 말.

이 같은 흐름에 맞춰, 국내 브랜드들은 디지털 채널을 중심으로 적극적인 캠페인을 전개 중이다. 18개국에 진출해 K-두피 케어를 전파 중인 닥터그루트는 유명 스타일리스트와 메가 인플루언서의 간증 영상을 적극적으로 공유하며 해외 시장에서 신뢰를 쌓는다. 닥터그루트 ABM 정윤선은 "#Koreanhaircare 해시태그를 중심으로 소통하며 가시적인 성과를 거두고 있다"고 전한다. 그 결과 '미라클 인 샤워 트리트먼트'를 비롯한 주요 제품이 아마존 판매 2위를 기록했다. 어노브는 감각적인 브랜딩으로 기능적 가치와 감성적 가치를 모두 잡았다는 평이다. 손상모에 탁월한 제품력은 자연스러운 입소문과 리뷰 확산으로 이어졌고, 미니멀한 패키지와 트렌디한 향은 2030 글로벌 소비자들에게 강한 인상을 남겼다. 이를 기반으로 내년에는 북미, 유럽, 중동, 러시아 등으로 무대를 확대할 계획이다.

현지 트렌드를 반영한 커뮤니케이션과 라인업 전개도 주요 성공 전략으로 꼽힌다. 모레모는 일본 인기 배우이자 가수 나카지마 켄토를 모델로 기용해 TV와 옥외 광고를 진행했으며, 중동 지역에서는 프리미엄 헤어 살롱과 협업한 체험 프로그램을 운영 중이다. 앞으로는 국가별 소비자 취향에 맞춘 로컬 에디션, 해외 시장에서 높은 관심을 얻고 있는 두피 케어 제품군으로 포트폴리오를 확장하며 현지화 전략을 강화할 예정이다.

뛰어난 제품력, 감도 높은 브랜딩, 치밀한 마케팅까지 더해졌으니 K-헤어 케어가 글로벌 시장에서 두각을 나타낼 수밖에! 머지않아 카디 비가 한국 샴푸로 긴 생머리를 관리하는 영상이 화제가 될지도 모르겠다. B 에디터/ 정혜미

사진/정원영 도움말/문예인(어노브), 정윤선(LG생활건강 닥터그루트), 이수연(모레모) 어시스턴트/장서진 디자인/진문주

DRINK LOCAL

'로컬리티'는 미식과 문화예술을 넘어 지금 바(bar) 신에서도 유효한 명제다. 올해 '아시아 베스트 50' 어워드에서 각 2위와 6위라는 성취를 이룬 두 곳의 바, '제스트'와 '참'에서 칵테일 한 잔에 고유함을 담는 것에 관해 이야기 나눴다.



바게트를 자르고 남은 부분을 작은 크루아상으로 재해석한 신메뉴 '라스트 피스'와 여러 칵테일을 만들고 남은 재료로 만든 다양한 가니시 모음.



오너 바텐더 김도형.

제스트

5년 전 막 오픈한 제스트로 향하는 길은 달랐다. 소란한 청담동 골목에 나타난 산뜻한 인상의 1층 바. 어둑한 지하에 자리한 스피크이지 콘셉트 바에 익숙했던 나는 돌과 원목 소재의 차분한 인테리어에 모던 다이닝 혹은 찻집에 온 듯한 기분이 들었다. 첫 잔으로 진토닉 'Z&T'를 마셨을 때는 또 어떻고. 군더더기 없이 청량한 탄산과 진의 조화, 허브와 한라봉 껍질의 그윽한 향이 즉시 기분을 경쾌하게 만들었다.

'제로웨이스트'에서 따온 이름처럼, 제스트는 일회용 캔 사용을 줄이고자 직접 탄산수를 만들고, 칵테일에 쓰이는 과육의 과즙을 짜고 남은 껍질을 가니시로 사용하며, 직접 남양주 농장에서 허브를 공수하는 등 한 잔의 칵테일을 대하는 어떤 '태도'를 제시해왔다. 그런 노력이 쌓이는 사이, 이 작은 바는 해마다 아시아 베스트 바 랭킹을 경신해왔고 이제 주말이면 홍콩의 유명 바처럼 다국적 방문객의 웨이팅이 몇 시간이나 될 정도다. 물론 패션 하우스의 행사에 주류 담당으로 초청되거나 프리즈 나이트 기간 열린 파티에서도 여러 일정을 소화하는 등 색다른 음료가 필요한 자리에 빠짐없이 등장한다. 취재를 위해 오랜만에 만난 오너 바텐더 김도형은 공동 대표들과(제스트는 총 4명의 젊은 바텐더 우성현, 권용진, 박지수, 김도형이 의기투합해 만들었다) 팀원들이 각자 다른 도시의 바에 게스트 바텐딩 일정을 소화하러 간 사이, 다음 날 뉴욕 한식당과의 협업을 치르기 위해 출국을 준비 중이었다. 하나의 브랜드가 된 한국 바의 탄생을 지켜보는 일은 꽤 흥미진진하다.

하퍼스 바자 지난해에 이어 올해 '아시아 베스트 50'에서 2위를, 최근 '월드 베스트 50'에서 16위를 차지했다. 한국 바 신에서는 전례 없는 순위다. 바 애호가에게는 한 도시를 방문할 때 큰 영향력을 차지하는 이 리스트에서 좋은 순위를 받은 건 어떤 의미인가? 미슐랭 가이드처럼 미스터리 다이너의 평가를 받는 걸까?

김도형 각 나라와 지역마다 투표권자를 배분하는데, 바 업계 종사자, 미디어, 소비자 등에게 33%씩 배분해 해마다 자신이 방문한 최고의 바를 선정하는 방식이다. '아시아 베스트'는 아시아의 여러 도시를 다루고, 월드는 그 범위가 더 넓어진다. 접점을 더 많이 늘리고자 여러 행사에 출국하다 보니, 올해만 50번 정도 비행기를 탔다. 1위를 기대 안 했다면 거짓말이겠지만, 5년 연속 1위를 한 홍콩을 못 이기겠더라.(웃음) 바 문화가 활성화되어 있으니 투자나 지원되는 자본이 다르다는 걸 체감했다. 2위라는 순위도 믿기지 않을 만큼 감사한 수치지만, 큰 상을 받아봤으니 이제 순위에 연연하기보단 변화를 위한 프로젝트를 준비하려 한다.

하퍼스 바자 버터를 럼과 버번에 섞은 '팻 워싱' 기법을 적용한 다음 간장을 더해 완성한 '소이 카라멜' 등 제스트의 메뉴는 초창기부터 창의적이라는 평을 받아왔다. 앞으로 어떤 부분이 변할 예정인가?

김도형 제스트라는 브랜드를 강화하기 위해, 2층 공간을 확장해 한국 술을 좀 더 활용하려 한다. 그동안은 최대한 재료를 남기지 않고 활용하는 방식으로 메뉴를 만들며 '지속가능성'에 초점을 맞춰왔다. 오늘 선보인 신메뉴 '라스트 피스' 또한 바게트의 남은 자투리를 작은 크루아상으로 해석해 가니시로 얹은 것이다. 지금처럼 지속가능성을 지키면서도 어떻게 '로컬리티'를 더 잘 녹일 수 있을지 고민해오다 내린 결정이다.

하퍼스 바자 전통주를 베이스로 칵테일을 선보이는 바가 부쩍 늘면서 전통적인 이미지를 강조하는 바 콘셉트도 많이 보인다. 이와 달리 제스트는 현대적인 칵테일 메뉴를 선보여왔다. 가령 몇 년 전부터 미식 신에서 중요한 '발효'를 살리기 위해 직접 파인애플 껍질을 발효한 와인을 만든 것이 예다. 어떤 시각으로 로컬리티를 해석하려 했나?

김도형 국내 바 신을 돌아보면 여러 흐름이 있었는데, 한때는 클래식 재패니즈 바가 인기였던 시기도 있었고, 스피크이지 콘셉트가 유행일 때도 있었다. 하지만 이건 도쿄의 바나 미국의 금주법 같은, 다른 나라 문화에서 비롯된 것이었다. 외국 손님들이 한국에 왔을 때나 그 나라의 바를 가본 이라면 굳이 즐길 이유가 없다. 바 문화가 커질수록 전 세계 관광객들은 한 나라의 특징적인 걸 즐기고 싶어 한다. "가장 그 나라다운 바는 뭐지?" 물었을 때 보여줄 수 있는 무언가가 있는 게 중요하다. 공간을 처음 만들고 메뉴를 고안할 때마다 컨템퍼러리하게 보여주는 방향성을 고민해왔다. 칵테일을 미식으로 경험하는 사람들이 늘어나고 있으니 밝고 편안한 분위기의 공간을 구현한 것이고, 환경을 위한 가치가 바텐더로서 오래도록 지키고 싶은 것이기에 지속가능성을 위한 메뉴를 만든 것이다. 우리나라 식재료와 우리나라에서 만든 술을 활용해 지속가능성을 지켜나가면, 해외의 서스테이너블 콘셉트 바와는 다른 모습일 거다.

하퍼스 바자 파인다이닝 음식처럼 항상 동일한 완성도의 칵테일을 내어놓는 일도 과제일 것이다. 해외 바와 교류하는 '게스트 바텐딩'과 외부 행사를 이어가면서도 일정 수준의 음료와 서비스를 유지할 수 있는 비결은 무엇인가? 결국 그 수치가 좋은 순위를 만드는 데 영향을 미쳤으리라 짐작된다.

김도형 우린 약 20명 정도의 팀으로 이루어지는데, 국내 개별 바 중에서는 제일 많은 숫자다. 새로운 메뉴를 개발하는 팀, 국내 케이터링이나 이벤트에 대응하는 팀, 매일 업장에서 서비스를 하는 팀, 나를 포함해 해외 출장 위주로 다니는 멤버로 나뉜다. 싱가포르 기반의 '지거 앤 포니', 중국 '호프 앤 세서미'처럼 큰 브랜드에 비할 바는 못 되지만, 우리가 만들고 싶은 칵테일을 만들기 위해 비즈니스적으로도 균형을 맞추고자 노력한다. 불과 몇 년 전만 해도 이렇게 왕성한 바 문화가 드물었는데, 이제는 자연스레 알아봐주고 찾아주는 움직임이 감사하다. 우리 철학을 이해해주는 브랜드나 업체들도 늘어났다. 처음에는 행사에 일회용 잔을 쓰지 않으니 일일이 잔을 챙겨 갔는데, 요즘에는 글라스를 대여해주기도 한다.

하퍼스 바자 궁극적으로 제스트가 표방해온 '파인드링크'는 어떤 의미인가? 파인다이닝처럼 하나의 결과물을 위해 수많은 공정을 거치고 타협하지 않는다는 의미로 들린다.

김도형 같은 칵테일이라도 바텐더의 선명한 의도가 담긴 음료와 단순히 레시피를 따라 만든 음료는 다르다. 아침 일찍 농장에서 사 온 허브를 쓰고, 포장재 사용을 줄이고, 음식물 쓰레기가 나오지 않은 칵테일을 마시는 건 분명 고객에게 다른 의미로 다가갈 수 있다고 믿는다.

하퍼스 바자 예전에 RTD 칵테일 음료로 제스트의 메뉴를 론칭하자는 제안을 받았는데, 캔 사용을 줄이고자 거절했다는 일화가 떠오른다.

김도형 물론 함께하는 팀이 커질수록 돈을 버는 게 중요하지만, 처음 바텐더가 된 건 우리가 지향하고 즐길 수 있는 일을 하기 위해서였다. 그 초심을 잃는 순간 제스트의 색이 없어질 거라 생각한다. 우리 팀은 여전히 젊고, 이 신에서 도전해보고 싶은 일도 여전히 너무 많다!


(왼쪽부터) 바텐더 이영탁, 최해빈, 윤영휘, 김희선, 설혜주, 박소희, 임병진, 길하린, 양성진.


바둑에 영감받은 전라도 지역의 칵테일 '센돌'.

바 참

오후 5시가 되기 30분 전, 서촌 골목길 나직한 한옥 앞에 사람들이 줄을 서기 시작한다. 돌이켜보면, 나 역시 참에 방문할 때마다 항상 웨이팅 리스트를 걸어둔 뒤 인근 김진목삼의 목살, 통인시장의 전으로 1차를 하고 순서가 되면 달려가는 코스를 따르곤 했다. 문과 테이블, 선반과 의자 모두 참나무로 가득한 바 참의 이름 앞에는 늘 '한국적인 바'라는 수식이 붙어왔지만, 그건 비단 한옥이라는 외형 때문은 아니다. 앨범 세트 리스트처럼 해마다 1집, 2집을 표방하며 올해 초 6집을 내놓은 참의 메뉴 리스트에는 한반도 지형이 그려져 있다. 서울, 경기, 강원, 경상, 전라, 제주. 곡창 지대였던 서울과 경기에서는 '화심'이라는 쌀로 만든 소주에 된장을 더한 '누룽지 에스프레소' 메뉴가 돋보이고, 밤이 특산물인 공주가 자리한 충청도에서는 밤 증류 '왕율주'를 활용한 '알밤 카포네'가 눈길을 끈다. 이태원 '스피이지몰타르', 한남동 '마이너스' 등 바 신에서 굵직한 경력을 쌓아온 오너 바텐더 임병진은 7년 전 서촌에 터를 잡았다. 전통주를 강조한 '참' 말고도 불과 도보 몇 분 거리에 칼바도스나 과실주를 베이스로 한 '뽐', 경복궁 역 앞의 계절에 따른 재료를 기반으로 한 '참 제철' 등 3개의 바를 운영하고 있다. 얼마 전부터 참은 매니저로 함께해온 바텐더 윤영휘가 공동 대표로 합류해 10명의 팀이 완성됐다. 다 함께 워크숍으로 지역 곳곳 전통주 양조장을 방문하는 이들에게 경험한 지역이나 자신의 고향의 이야기가 녹아든 칵테일을 만드는 일은 일종의 유쾌한 놀이 같다.

하퍼스 바자 해마다 아시아 베스트 순위에 오르다가 올해는 가장 높은 순위인 6위를 받았다. 바 참에 방문할 때마다 열정적으로 지역과 전통주를 설명해주는 바텐더들을 만날 수 있는데, 그 영향도 컸을 듯하다.

임병진 등수에 의미를 두는 편은 아니지만, 외부에서 좋은 평가를 받으니 자부심은 분명 느낀다. 우리가 고생해온 것에 대한 보상. 팀원들에게 프라이드를 부여하기 위해 매 순간 강조하는 편이다. 그려온 음료를 완성도 있게 전달하고, 최선을 다해 내어놓았을 때만 따라오는 우리만의 감정을 느끼자고. 그 특별한 감정은 아주 사소하고 추상적이라 놓치는 순간 평범해진다. 바텐더로서 하루에 몇 십 번씩 같은 말로 음료를 설명하고 손님의 표정이나 제스처에 집중하는 일은 쉬운 일은 아니다. 우리 팀의 애티튜드는 자부할 수 있고, 강점이라 말할 수 있다. 따라주는 식구들에게 고마울 따름이다.

하퍼스 바자 전통주가 다양해진 요즘, 이를 다루는 칵테일 바가 늘고 있지만 7년 전에는 드문 시도였다. 어떤 계기로 시작하게 되었나?

임병진 한국 술을 알게 될수록 자연스럽게 각 지역의 특성을 공부하게 되었다. 산수유, 방아, 산초 등 그동안 칵테일에 써보지 않던 식재료와 술에 계속 호기심이 일었다. 나는 한국에서 나고 자랐고, 그 지역을 쉽게 이해할 수 있으니 내가 가진 칵테일 제조 기술을 활용해 맛있는 음료를 만들고 싶은 마음이었다.

하퍼스 바자 바텐더 윤영휘는 참에서 근무하기 이전, 호텔 바에서 근무하기도 했다. 바텐더로서 손님을 대하는 태도는 어떤 차이가 있나?

윤영휘 너무 다르다. 호텔은 균일화된 스탠더드를 따르고, 개인화된 서비스를 내는 데 주력한다. 반면 이곳에서 우린 사람 대 사람으로, 우리가 만든 칵테일에 공감할 수 있게 이야기를 전하는 게 중요하다. 한 마디라도 더 와닿을 수 있게 말을 던지는 방식이 일을 하는 직업인으로서도 더 보람 있다.

임병진 처음부터 이 바의 정체성을 '동네 바'라 여겨왔다. 서촌이라는 동네에 왔을 때 어떻게 사람들을 자연스럽게 환대할 것인가, 어떻게 즐겁게 전달할 것인가. 그 부분을 놓치지 않으려 한다.

하퍼스 바자 칵테일 신에서 말하는 '로컬리티'의 범주는 꽤 넓은 것 같다. 바 참이 그리는 로컬리티는 무엇인가?

임병진 전통주를 쓴다고 해서 '이것이 한국이다'라고 보여주는 느낌은 아니다. 우리가 사는 곳 가까이에서 영감을 받고 위트 있게 표현하고자 한다. 예를 들어 '여주 두 번째'라는 칵테일에는 양조학당의 고구마 소주 '서'를 쓰는데, 여주에서 난 고구마로 만든 술이다. 이 술의 라벨 디자인을 보면 사자가 등장하는데, 원래 만들어졌던 라벨이 <케이팝 데몬 헌터스> 덕에 최근 관심을 받았다. 이 술로 만든 칵테일을 소개할 때 '사자보이즈가 봉인된 술'이라고 말해주곤 한다.(웃음) 한국 문화에 관심이 높아지고 있어 부러 쓰는 게 아니라, 관심을 갖고 들여보다 보면 로컬리티는 함께 따라오는 가치가 아닐까.

하퍼스 바자 유리 글라스도 있지만 오늘 보여준 칵테일은 낮은 도자기 잔에 담겼다. 기물을 고를 땐 어떤 점을 신경 쓰나?

윤영휘 한국 작가들이 만든 잔을 주로 활용하는데 흙으로 만든 도자 잔이어도 어떤 것은 입에 매끈하게, 어떤 건 거칠게 다가올 때가 있다. 이런 촉감까지 고려해, 음료의 생김새와 맛에 가장 어울리는 걸 고르려 고심한다. 오늘 촬영한 것은 '센돌'이라는 칵테일인데, 전라도에서 난 쌀로 만든 소주, 나주의 배와 보성 녹차, 고창 복분자가 주재료다. 이세돌 9단의 별칭에서 따온 이름인데, 유명 바둑 기사 분들 중 전라도 출신이 많다.(웃음) 가니시로 바둑알을 표현했고, 백돌은 화이트 초콜릿으로, 흑돌은 복분자 식초를 굳혀 만들었다.

하퍼스 바자 다양한 국내 양조장에 직접 방문해 제조 과정을 배우기도 한다. 특히 인상 깊은 곳을 꼽아본다면?

윤영휘 경험이 쌓일수록 메뉴 만들 때 큰 도움이 된다. 앞서 말한 양조학당을 방문했을 때 증류학, 발효학에 대해서 깊이 공부한 분이란 걸 알 수 있었다. 쉽게 볼 수 있는 쌀이나 보리 증류주가 아니라 고구마 소주를 만들기 위해 긴 시간 증류 기법을 익힌 점이 놀라웠다.

임병진 얼마 전 방문한 강원도 모월 양조장의 대표님 역시 원주에서 나고 자란 주조사로 본인의 지역을 사랑하고 어떻게 좋은 술을 만들어 브랜딩할지 깊은 생각을 지닌 분이라 감동적이었다. 아이디어를 얻을 때도 많지만, 얼마나 진중하게 본인이 만드는 결과물과 태도를 대하는지 지켜보고 에너지를 얻을 때가 많다. 이 같은 마음으로 전통주 제조를 이어가는 곳들이 많다. 사소한 얘기를 하자면, 최근 바에서 쓰는 칼을 한국산 칼로 바꿨다. 좋은 칼 하면 일본 장인이 만든 칼을 떠올리는데, 나부터 한국에서 칼을 만드는 곳을 찾아보자, 싶었다.

하퍼스 바자 대표 메뉴 중 하나인 '충주김밥'은 막걸리 시럽과 참기름 향이 실험적인 인상을 준다. 음식 맛을 구현하는 '컬리너리 칵테일'이 요즘처럼 유행하기 이전부터 인기를 끈 메뉴였는데, 새로운 메뉴를 개발할 때 고심하는 점은 무엇인가?

임병진 요즘은 각 바들이 다양성을 추구하다 보니, 바 신 전반에 복잡한 향과 맛을 추구하는 칵테일이 늘어나고 있다. 그럴수록 어떻게 더 칵테일의 본분을 지킬 수 있게 직관적인 풍미를 전달할 수 있을지, 고민하게 된다. 다채로움을 담으려는 욕심보다 음료 하나의 방향과 이야기가 더 명확했으면 좋겠다는 바람으로 접근하려 한다.

하퍼스 바자 칵테일 한 잔에 고유한 이야기를 담기 위해선 어떤 고민을 하나?

임병진 처음 한국 술을 써서 칵테일을 만들 때 가장 큰 고민이 이미 있는 클래식 칵테일 레시피에서 술만 전통주로 바꿔 소개하는 건 너무 재미없고, 맛에 관한 설득력도 떨어질 것 같다는 것이었다. 백그라운드를 재미있게 만들어내야지, 하는 식으로 접근하기보다 자유롭게 이야기 나누는 시간을 가진다. 자신만의 바텐딩 색을 찾기 위해 고심하는 시도인 셈이다. 예를 들어 '창원 익스프레스'라는 메뉴는 바텐더 소희가 만든 칵테일인데, 고향인 창원에서 나고 자랄 때 많이 먹던 식재료를 넣어 완성했다. 경상도 사람들은 산초나 방아를 식재료로 많이 쓰고, 낙동강에서 민물 생선을 먹을 때 고추기름에 찍어 먹는단다. 그래서 고추기름을 더했다. 또 왕가위를 좋아해 <중경삼림>의 영어 제목에서 '익스프레스'를 따왔고. 친구가 이야기하듯, 칵테일에 관해 이런저런 얘기를 하다 보면 누구든 쉽게 공감할 수 있는 포인트가 생기는 거다. "이런 신기한 재료를 써서 이런 새로운 맛을 줬습니다." 멋있게 말하는 것과는 완전히 다른 이야기다. 계속해서 참이라는 공간에서, 한국 사람들이 더 가까이 느낄 수 있는 부분을 이용해 설득력 있는 '한 잔'을 만들고자 한다. **B** 에디터/안서경

사진/박규태(제스트), 임준혁(바 참) 디자인/진문주



영화를 사랑하는 마음

"영화는 예술과 삶의 그 사이 어딘가에 있는 것이다."
장 뤼크 고다르의 이 말처럼, 지금 우리가 마주할 세 편의 영화는
그 본질에 닿고자 하는 증거일지 모른다. 극장이 사멸해가는 시기,
그럼에도 우리를 끊임없이 영화의 세계로 끌어들이고
그 안에서 살아가게 만드는 세 감독의 목소리.

사진/ Getty Images

자켓은 C.P.Company. 팬츠는 Cos.
셔츠, 안경, 타이, 슈즈 모두
스타일리스트 소장품.



"극장에는 극장만의 형식미가 있어요. <얼굴>은 시각적 스펙터클이 크지 않지만, 감정적 스펙터클을 경험할 수 있는 영화예요. 토론토영화제에서 <얼굴>을 상영하면서 분명히 알게 되었어요. 배우들의 연기를 갇힌 공간에서 아주 큰 화면으로 볼 때 느껴지는 감흥이란 게 존재해요."

넘나드는 이야기꾼, 연상호

아름다움에 집착하는 시각장애인. 첫 장편 애니메이션 <돼지의 왕>으로 세간의 주목을 받던 신인 감독 연상호는 어느 날 이 역설적인 인물을 떠올렸다. 내가 또 쓸 수 있을까? 화려한 외연과 달리 지독한 불안증을 앓고 있던 당시의 그를 가장 자유롭게 만드는 이야기였다. 평소 동경하던 창작 형태인 만화로 완성한 이 이야기는 그 후로 오랫동안 투자처를 찾지 못했다. 2025년 이 이야기가 극장에 걸린다는 소식이 들려왔다. 애니메이션도 아닌 실사 영화, OTT도 아닌 영화관이라니. 의외였다. 감독 입장에선 그래야만 하는 이유가 있었다. <그것이 알고 싶다>를 보고 다소 충동적인 결심을 한 탓이었다. 유튜브 영상이나 르포르타주 다큐멘터리, 시사 프로그램보다 더 재미있는 영화를 만들기로.
남한테 폐 끼치지 말고 직접 해보자고 마음먹었다는 연상호는 그렇게 20명의 소수 정예 제작진과 13회차의 짧은 촬영으로 영화 <얼굴>을 완성했다. 요즘 한국 영화의 평균 순 제작비는 10억원, 독립예술영화의 경우엔 4억원 정도. 배급사는 정확한 숫자를 밝히길 꺼려했지만, 일반적인 독립예술영화보다도 적은 제작비였다. 그럼에도 저예산 영화 특유의 시각적 느슨함이 없다는 말에 연상호가 웃었다. "다들 프로니까요." 마치 KBS 총파업 당시 젊은 PD들을 대신해 현장을 떠난 지 오래던 부장 PD들이 카메라를 잡았던 전설의 '부장 뱅크' 같은 이치다. 이를테면 <계시록>의 변봉선 촬영감독이 하루 품앗이로 B캠을 잡는 식. 대신 모든 배우와 제작진이 업계 일반 수준의 임금과 러닝 개런티 형식으로 인건비를 받았다. "녹음기사님도 혼자 현장에 오시고 소품 실장님은 오랜만에 직접 짐을 들고 오고 그랬죠. 옛날로 돌아간 느낌이라 다들 재밌어 했어요. 얼마 전에 미술감독님이 그러더군요. 이런 영화 한 번 더 해보고 싶다고요. 저도 그래요."
<얼굴>은 시각장애를 가진 전각 장인 임영규(권해효)와 그의 아들 임동환(박정민)에게서 출발한다. 어느 날 동환은 40년 전 실종된 어머니 정영희(신현빈)의 백골 시신이 발견되었다는 소식을 듣는다. 처음으로 어머니의 얼굴이 궁금해진 그는 다큐멘터리 PD인 김수진(한지현)과 함께 어머니의 죽음에 감춰진 진실을 파헤치기 시작한다. 극 중 영규와 동환은 각각 고도성장 시대와 오늘날의 한국 사회를 의인화한 인물이기도 하지만, 상징과 은유는 차치하고 그저 장르적 호기심만 장착하고 이야기를 따라가도 충분하다. '누가 죽였을까'로 시작한 궁금증은 마침내 보이는 것과 보이지 않는 것, 아름다운 것과 추한 것, 인간다움이란 존재론적 질문으로 귀결된다. 이어지는 인터뷰에서 연상호가 말했듯 규모의 스펙터클이 힘을 잃은 시대. 영화는 오직 감정의 스펙터클로 관객을 끝까지 밀어붙였다. 이 이야기는 극장이어야만 했다. 연상호의 영화 실험은 성공했다.
(아래의 대화엔 약간의 스포일러가 포함되어 있으니 참고할 것.)

하퍼스 바자 인터뷰가 업인 사람으로서 가장 흥미로웠던 것은 영화가 인터뷰 형식으로 구성되어 있다는 점이에요. 극중 다큐멘터리 PD가 여러 인물을 차례로 만나서 질문하며 서서히 진실에 가까워지죠. 왜 이런 형식을 차용했나요?

연상호 <그것이 알고 싶다>를 자주 보는데, 그 프로그램은 구성을 정말 잘 짜요. 알고 보면 별것 아닌 내용인데도 정보를 전달하는 방식에 따라 빠져들 수밖에 없게 만들 때가 있어요. 문득 제가 써 둔 그래픽 노블이 떠올랐죠. 이 이야기를 저렇게 르포 형식으로 만들어보면 어떨까. 원래 미스터리는 하나의 궁금증을 던지고 그것을 해소하면서 끝나는데, 이 영화는 미스터리의 주체가 계속 바뀌어요. 그러면 이 과정은 매우 간결하게 설정되어야 하죠. 기존의 미스터리 구조로는 늘어질 수밖에 없거든요. 그래서 인터뷰 형식으로 급선회했죠.

하퍼스 바자 이 영화에 나오는 네 개의 인터뷰는 각각 네 개의 질문을 품고 있어요. 하나의 인터뷰는 결국 하나의 질문을 품고 있다고 생각하는데, 이 영화가 딱 그랬죠.

연상호 '왜 죽었는가'로 시작해서 '누가 죽였는가'로 넘어가고, '어떻게 생겼길래'로 갔다가 다시 '왜 죽였는가'로 이어지죠. 인터뷰가 끝난 다음 이어지는 클로징 멘트에서 관점이 완전히 뒤바뀌는 느낌이 들고요.

하퍼스 바자 저도 <꼬꼬무(꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기)>를 즐겨 봐요. 정보를 떡밥처럼 조금씩 던지니까 어느새 호로록 빠져들게 되더군요.

연상호 맞아요. 그런 콘텐츠들이 제게 영향을 미쳤어요. 소위 영화의 법칙이라는 게 존재하죠. 다른 매체에서는 그 법칙이 점점 파괴되고 있어요. 요즘 유튜브 영상이나 르포르타주 다큐멘터리, 시사 프로그램이 꼭 영화적 형식을 따르진 않잖아요. 우리는 그런 콘텐츠를 그냥 즐기죠. 사실 그 법칙이란 것도 처음엔 그저 이야기를 재미있게 전달하기 위해 고안된 것뿐이지요. 유튜버들은 영상을 업로드하고 그에 대한 피드백을 실시간으로 주고받지만, 영화는 산업의 규모가 큰 만큼 아무래도 반응이 좀 느려요. 제 영화가 기존의 그런 법칙을 깨는 방식으로 만들어져도 좋겠다는 생각을 하곤 했는데, <얼굴>을 통해 가능성을 시험해볼 수 있었어요.

하퍼스 바자 요즘 인기 있다는 웹소설을 보면서 형식 파괴가 무엇인지 실감하곤 해요. 이야기의 형식이 완전히 재편되고 있어요. 뉴미디어에 상당히 열려 있는 편이죠?

연상호 뉴미디어의 양상을 받아들이지 않으면 안 되겠다는 위기감이 있어요. 뉴미디어가 하는 실험 그 이상의 것들을 해야만 살아남을 수 있지 않을까. 예를 들어, 제 딸이 유튜브를 많이 봅니다. 사실 영화나 옛날 어린이 방송 프로그램과 비교했을 때 퀄리티가 다소 낮은 편이지만, 요즘 아이들은 그런 점을 전혀 신경 쓰지 않더라고요. 사실 제가 봐도 재밌어요. 예전에는 극장에서 보는 스펙터클이 경외의 대상이었지만, 요즘 세대, 특히 제 딸처럼 어린아이들은 스펙터클에 대한 경외가 없더라고요.

하퍼스 바자 그런가요? 숭고에 대한 끌림은 인간의 본능이잖아요?

연상호 그게 구현되는 것이 너무 당연한 시대니까요. 우리 때는 <쥬라기 공원> 같은 영화가 나오면 "공룡을 어떻게 저렇게 만들었지?" 하는 놀라움이 있었거든요. 요즘 애들은 "뭐 어떻게 만들었겠지"라고 해요. 신기한 영상들이 이미 너무 많으니까요. 숭고한 것이 의외로 중요하지 않은 상태까지 와버린 것 같아요. 한국 영화도 마찬가지예요. 과거에는 할리우드가 하는 것을 우리도 따라 하려는 시도들이 있었잖아요. 그런데 어느 시점을 지나니까 그게 전혀 신선하지 않은 거죠. 스펙터클을 너무 쉽게 만들어내는 시대가 되다 보니 오히려 말하고자 하는 내용에 더 집중하게 되는 것 같아요.

하퍼스 바자 역설적이네요. 기술이 이만큼 발전한 뒤에 결국 가장 집중하는 건 이야기라는 점에서요. 당신이 생각하는 재미있는 영화란 어떤 건가요?

연상호 물론 저는 장르적 속성을 좋아하는 사람이에요. 하지만 이제는 그 장르적 속성을 관객에게 어떤 방식으로 전달하느냐가 더 중요해졌다고 생각해요. 영화란 결국 어떻게 하면 인공적인 것을 진짜처럼 만들어서 환상을 전달할 수 있을까에 관한 문제인데, 그 방법에 대해 깊이 고민해 봐야겠죠. 극장에는 극장만의 형식미가 있어요. 박정민 씨가 그러더라고요. 책을 읽을 때는 자신이 선택한 속도로 정보를 얻을 수 있고, 거기에서 오는 재미가 따로 있다고요. 마찬가지로, 저는 극장 영화만의 재미도 분명 존재한다고 믿어요. 한동안 이런 생각을 했습니다. OTT에서도 스펙터클을 보여주고, 가정용 TV나 사운드바의 퀄리티가 점점 좋아지는데, 그럼에도 불구하고 극장에 가야 하는 이유가 무엇일까 하고요. 그런데 이번에 영화를 통해 다른 가능성을 발견한 것 같아요. 이 영화는 시각적 스펙터클은 크지 않지만, 감정적 스펙터클을 경험할 수 있는 영화예요. 배우들의 연기를 갇힌 공간에서 아주 큰 화면으로 볼 때 느껴지는 감흥이란 게 존재해요. 그래서 많은 관객들이 굳이 극장을 찾아와 이번 영화를 봐주신 게 아닌가 싶어요. 저야 작업실에 있는 TV로 작업했기 때문에 '이걸 과연 사람들이 극장에서 볼까?' 하는 의심이 있었던 게 사실이지만, 이번에 토론토 국제영화제에서 영화를 상영하면서 분명히 알게 되었어요.

하퍼스 바자 감독님은 극장에 영화가 걸리는 것을 목표로 작업하는 사람이죠. 요즘 같은 다품종 소량 생산 시대에 극장용 영화를 만드는 일이 어떤 의미를 담는다고 생각하나요?

연상호 성취주의와 연결되는 이야깁니다만, 한국에서 백만 관객, 천만 관객 같은 수치들도 이제 바뀔 필요가 있어요. 저는 <러브레터>라는 영화를 굉장히 좋아합니다. 새로 자막판이 출시하면 무조건 구매하죠. <러브레터>는 아주 오랫동안 회자될 작품이에요. 그렇다고 해서 이 영화가 한국에서 천만 관객을 동원했느냐, 칸에서 황금종려상을 받았느냐 따지면 그렇지 않거든요. 영화의 운명은 관객 수와 크게 관련이 없는 것 같아요. 오히려 그 영화를 깊이 있게 감상







하는 사람이 얼마나 되느냐가 더 중요한 시대가 되어가고 있어요. 그것이 일종의 팬덤이고요. 요즘 재개봉한 <귀멸의 칼날> 같은 일본 애니메이션이 그런 경우죠.

하퍼스 바자 극중 임영규(권해효)의 직업은 전각 장인입니다. 영화 속엔 누군가의 이름이 새겨진 도장을 빨간 인주에 묻혀 선명하게 찍어내거나, 정영희(신현빈)가 이름 석 자를 정자로 또박또박 써 내려가는 장면이 등장해요. 이 영화에서 얼굴만큼 중요한 키워드가 이름이죠.

연상호 굳이 도장을 선택한 건 이 영화가 한 사람의 정체성에 관한 이야기라고 생각했기 때문입니다. 도장이라는 사물이 참 재미있어요. 작은 나무 조각일 뿐인데 거기에 이름을 새겨 넣으면 그것이 아이덴티티의 상징이 되죠. 어떤 관객이 묻더라고요. 극 중 정영희가 쓴 글씨에 대해서, 맞춤법은 틀렸는데 그에 비해 글씨체는 왜 이렇게 예쁘냐고요. 사실 글씨를 예쁘게 쓰는 것과 맞춤법을 틀리는 것은 전혀 상관관계가 없어요. 글씨체는 일종의 태도이기 때문입니다. 제가 너무 악필이라 이렇게 말하면 안 되지만…(웃음)

하퍼스 바자 정영희의 글씨처럼 정영희라는 인물 자체도 가시적인 아름다움보단 비가시적인 아름다움을 품고 있죠. 메타적인 질문입니다만 창작자로서 당신은 어떤가요? 많은 영화감독들이 그렇듯 스타일보다 내용에 집중하는 일이 더 의미가 있다고 느끼나요?

연상호 일단 이번 영화는 아주 기본에 충실하게, 담백하게 찍고 싶었어요. 예시로 삼은 작품들도 그랬죠. 최양일 감독의 <피와 뼈>도 참고가 됐고 왕가위 감독의 <화양연화>를 자주 봤어요. 왕가위가 그전에 찍었던 영화들이 아주 스타일리시하다면 <화양연화>에선 확 내려놓은 느낌이 있잖아요.

하퍼스 바자 이 영화가 한국의 비극적 현대사를 은유한 작품이라고 밝힌 바 있습니다. 여성주의적 관점에서도 생각할 수 있을까요? 세상에 영향력을 끼치지 못하고 주변인으로 치부된 여성의 '아무도 모르는 죽음'을 이야기한다는 점에서 저는 이 영화가 버지니아 울프의 실험적인 단편소설 <불가사의한 V양 사건>과 겹쳐 보이더군요. 마치 버지니아 울프 자신을 지칭하는 듯한 V양은 소설 속에서 이름 없는 사람으로 치부되죠. 영희가 얼굴 없는 사람처럼 취급되듯.

연상호 영화에서는 만화에서 부족했던 여성주의적 관점을 보강하려는 시도가 있었어요. 예를 들어 정영희가 대자보를 붙여서 누군가의 범행을 폭로하는 장면요. 만화에선 대자보에 피해자의 이름까지 적혀 있는데 영화에선 그 장면을 뺐죠. 피해자 입장에선 명백한 2차 가해니까요. 만화에선 정영희가 끝까지 남편에게 미안해하는 뉘앙스가 있었다면 영화에서 정영희는 남편의 몸에 흉터를 남기죠. 일종의 저항처럼요.

하퍼스 바자 아버지 임영규와 아들 임동환 두 부자는 그 후 어떻게 살아가고 있을까요? 두 사람의 현재 상태가 궁금한 이유는 그 두 사람이 한국 사회를 의인화한 존재들이기 때문입니다. 부자 관계를 우리 사회의 세대 문제와 겹쳐 볼 수 있을 것 같아요.

연상호 겉으로는 잘 지내는 것처럼 보여도, 진정으로 친밀하게 지내기는 어려울 것 같아요. 맹목적인 믿음이 깨졌으니까요. 앞으로 어떤 선택을 하더라도 부서진 신화를 다시 회복하기는 힘들 것 같네요. 그 상태로 데면데면한 관계가 유지될 거고요. 임동환이 실제 제 나이와 비슷한 세대라면, 임영규는 우리 아버지 세대일 텐데요. 흥미로운 점은 모든 세대를 통틀어 이 두 세대가 가장 교류가 적다는 거예요. 아버지 세대와 그 위 세대, 제 세대와 그 아래 세대는 비교적 가까운데, 이상하게도 그 중간만 교류가 딱 끊긴 느낌이에요. 고도성장 사회가 만들어낸 비극이죠. 예를 들어 1970년에서 1985년, 1985년에서 1990년 한국 사회의 변화는 거의 천지개벽 수준이었으니까요. 1990년대 후반부터 2000년대도 그렇고요. 인터넷이 생겼죠. 저도 당시 전역하고 나니 갑자기 메일 주소를 만들라 그래서 당황했던 기억이 나요.(웃음) 그런데 최근 15년은 그렇지 않죠. 저는 2010년과 2025년이 얼마나 큰 차이가 있는지 모르겠어요. 제가 제 아래 세대와 교류가 잘 된다고 느끼는 건 여전히 비슷한 시대를 살고 있어서인지도 모르겠어요.

하퍼스 바자 새는 얘기지만, 지난 15년간 패러다임에 변화가 없는 게 우리 사회의 문제 같기도 해요. 우리 세대가 여전히 기득권을 점유하니까 이다음 세대는 여기에 허탈감이나 분노를 느낀다고 하잖아요. '영포티'란 조롱 섞인 인터넷 밈이 괜히 나온 게 아니겠죠. 말하자면 동환에게 아들이 태어난다면, 그는 동환을 경멸할 것 같아요.

연상호 그럴 수도 있겠네요.

하퍼스 바자 영화 클라이맥스에서 임영규가 "아름다운 것은 추앙받고 추한 것은 멸시당해"라며 절규하죠. 저에겐 이 말이 "추앙받는 것은 아름답고 멸시당하는 것은 추해"로 들렸어요. 세상의 잣대에 자기 자신을 잃어버리기 쉬운 세상이죠. 심지어 당신은 대중의 평판이나 시장의 숫자가 생존과 직결되는 상업영화계에 몸담고 있어요. 창작자로서 어떻게 중심을 잡나요?

연상호 일단 대중을 타자화하지 않는 태도가 가장 중요한 것 같아요. 사실 누가 대중인지도 잘 모르겠어요. 저도 대중의 일원이고, 제가 원하는 게 곧 대중이 원하는 것일 수 있어요. 나의 느낌이 남들의 그것과 다르지 않을 것이라는 믿음이 있어야만 대중 예술을 할 수 있다고 생각해요. 한편으론 사람들이 저에게 전혀 기대하지 않았던 걸 해보고 싶다는 꿈도 있어요. 이를테면 아주 가벼운 이야기도 만들어고 싶어요. '이 사람 왜 이러지' 소리 들을까봐 겁도 나지만(웃음) 극복해야죠. 창작자가 작업이 두려우면, 결국 아무것도 아닌 거니까요.

하퍼스 바자 지금도 새로운 영화를 만들고 있죠?

연상호 내년에 개봉하는 <군체>라는 영화를 작업 중이에요. 올해는 후반 작업에 매진해야죠. 예산이 커요. 열심히 해야 해요.(웃음)

에디터/ 손안나

※ <얼굴>은 9월 11일부터 현재까지 극장에서 상영 중이다.



자켓은 Berluti. 셔츠, 안경은
스타일리스트 소장품.

사진/ 김형상, 메가박스(스틸)
헤어&메이크업/ 장혜연
스타일링/ 이명선
어시스턴트/ 정지윤



레더 코트는 Arket. 팬츠는 H&M. 골드 반지는 Tom Wood.
이너 톱, 앵클부츠는 스타일리스트 소장품.

자연스러운 세계, 윤가은

지난 6년 동안 윤가은 감독은 부지런히 실패했다. <우리들>과 <우리집>이 연이어 호평을 받았음에도 좀처럼 그다음 소식이 들리지 않았던 건 의도한 바가 아니었다. 영화를 만들고 싶어도 어떤 영역 밖의 힘에 의해 번번이 미끄러졌다. 그러다 삶의 어떤 것에도 흥미가 붙지 않는 시기가 찾아왔다. 책은 읽히지도 않고, 영화마저도 싫어진 그땐 사는 게 사는 것 같지 않았다. 하지만 별수 없이 그 시간을 벗어나게 해준 것 역시도 영화관에서다. 캄캄한 극장 안에서 흐르는 2시간 남짓한 시간은 미약하게나마 삶을 바꿔 놓았다. 설령 '이렇게는 만들지 말아야겠다' 싶은 최악의 영화였을지라도 극장을 나설 때 지겨운 일상에 작은 틈이 생긴다고 느꼈다.

영화를 만드는 사람으로서 윤가은은 거대한 스크린 안에서 어떤 것을 보여주며, 누구를 따라가게 만들지 결정짓는 것에 큰 책임과 부담을 느낀다. 긴 고민 끝에 비교적 덜 다뤄진 인물, 어떤 중대한 사건 말고, 그 이면의 일상을 보여주는 것이 자신이 할 수 있는 일이라는 답을 내렸다. 매일 마주하는 가장 자연스러운 우리의 삶, 아주 평범한 일상이야말로 더 많이 이야기되어야 하는 가장 중요한 문제라 생각하기 때문이다. 지난 두 장편영화 <우리들>과 <우리집>에서 사실상 영화산업의 변두리에 놓인 어린이들을 중심으로 끌어와 누구나 겪었을 지극히 평범한 그 시절의 일상을 펼쳐 놓았던 것처럼.

2024년 9월, 드디어 기회가 왔다. 마침내 다시 영화를 만들 수 있게 된 것이다. 윤가은은 마치 영화를 처음 만들던 때의 기분과 자세로, 이것이 천운이자 기적이라 생각하며 새 장편영화 <세계의 주인>을 찍기 시작했다. 찬바람이 부는 11월까지 촬영을 하고 겨우내 편집했다. 열여덟 고등학생이 중심이 된 영화에는 어김없이 낯선 배우들이 등장하고, 아주 평범한 청소년의 일상을 비춘다. 또 언제 만들 수 있을지 모를 나의 영화로 이왕이면 더 많은 관객을 만나고 싶다는 마음이 새로운 시도를 부추기기도 했다. 그 결과, 누구나 알 법한 익숙한 얼굴을 찾을 수도, 미스터리를 좇듯 추측하며 실마리를 찾는 경험을 하게 될 수도 있다. 부디 아무것도 모른 채 이 영화를 보고 한가득 질문을 품어주길 바라는 윤가은은 더 이상의 말을 아꼈다. 힌트를 남기자면, 당신은 이 영화를 보고 극장을 나설 때 잘 살고 싶어질 것이다. 지겹고 다분히 예측 가능해 재미없는 매일을 사랑하게 될 것이다.

하퍼스 바자 신작 <세계의 주인> 해외 반응이 심상치 않던데요? 지난 9월 한국 영화 최초로 토론토 국제영화제 경쟁 부문에 초청되었고, 핑야오 국제영화제에서는 심사위원상과 관객상을 수상했어요. <우리집> 이후 6년 만에 내놓는 영화인 만큼 이틀에 한 번은 악몽을 꾸며 긴장 상태로 개봉을 기다리고 있다 들었는데요. 이 소식들로 일말의 확신이 생겼을까요?

윤가은 그런 건 쉽게 안 생기더라고요. 태생적인 쫄보 기질 때문에.(웃음) 이렇게 얘기해도 될지 모르겠지만, 꼭 상을 받았다고 좋은 영화라 생각하진 않아요. 우리나라 관객은 똑똑하고, 명민하고, 날카롭고, 가차 없어요. 한국에서 영화를 오픈하기 전까지는 무슨 일이 있어도 긴장이 잘 놓아지지 않아요.

> *영화가 좋았든 싫었든, 영화관에 들어갈 때와 나올 때의 마음은 달라져 있어요. 2시간 동안 집중적인 대리 경험을 하고 나면 삶을 대하는 태도에 미약한 변화라도 생기죠. 아직 삶에서 이를 뛰어넘는 강렬한 체험은 해보지 못했어요. 영화관에서 보는 영화는 언제나 유효해요.*

하퍼스 바자 이 영화의 편집이 끝나갈 무렵 씨네큐브 25주년 기념 단편영화 작업 제안을 받았고, 고민 없이 덥석 물었다는 얘기를 들었어요. 곧장 다음 영화로 눈길이 간 걸 보니 <세계의 주인>은 무척 홀가분하고 즐거운 작업이었나 봐요.

윤가은 전작 <우리집>과 <세계의 주인> 사이의 6년은 전반적으로 실패의 시간이었어요. 계속 미끄러지고 무너졌어요. 뭘 열심히 하고는 있는데 모든 게 잘 안 되는, 그래서 피곤한데도 깔끔하게 놓아버리지는 못 하는 상황. 그사이 전 40대가 됐죠. 그동안은 늘 죽음이 없다고 생각하며 사는 청춘이었는데, 어느 순간 내 존재를 증명해 보여야 할 것 같은 순간이 와버린 거예요. 스스로를 갱신해 보려는 노력을 부단히 이어가는데도 번번이 실패만 하니까 이러다가는 더 이상 영화를 못 만들 수 있겠다는 생각도 들더라고요. '지금처럼 계속 실패한다면 그냥 먼 훗날 기회가 주어졌을 때 잘 붙잡아 그때 할 수 있는 새로운 걸 해보자' 정도의 마음이 생겼는데, 딱 그때 이 영화를 시작할 수 있었어요. 지원을 받아 시나리오를 쓰고 좋은 스태프들도 모였죠. 죽어도 안 될 것 같던 일들이 갑자기 아주 부드럽게, 척척 진행됐어요. 내 힘이 아닌 온 우주가 돕는 느낌. 그런 순간이 오긴 오더라고요. 덕분에 완전히 처음 영화를 만들던 때처럼 작업할 수 있었어요. 단편 작업 제안을 받았을 때도 고민할 이유가 없었죠. 이 고마운 기회를 붙잡자는 마음밖에 없었으니까. 흐름이 좋았어요.

하퍼스 바자 지난한 시간을 겪은 만큼 다른 영화가 만들어진 것 같아요. <우리들>과 <우리집>이 연장선상에 있었다면 <세계의 주인>은 완전히 다른 영역의 영화 같달까요. 일단 훨씬 대중적이에요.

윤가은 영화가 어떤 기능을 하긴 했나 보네요. 요즘은 무엇보다도 대중적이어졌다는 말이 듣기 좋아요.(웃음) 오늘은 악몽 안 꿀 것 같아요.

하퍼스 바자 영화 엔딩 크레디트가 올라가자마자 주인공 '이주인'을 연기한 배우 서수빈을 검색해봤어요. 지금껏 낯선 어린이 배우들로 관객을 놀라게 만들었는데, 이번에도 작품 경험이 전무한 신인 배우를 전면에 내세웠더군요. 캐스팅은 어떻게 이루어졌나요?

윤가은 저는 시나리오를 주고 그중 한 장면을 연기하는 식의 오디션을 좋아하지 않아요. 처음엔 1대 1로 만나 20~30분 정도 이야기를 나눈 다음 말이 통하는, 대화가 재밌는 친구들과 즉흥 연기 워크숍을 열고 그 이후에 최종적으로 캐스팅하는 식이죠. 수빈이한테도 말하긴 했는데, 사실 처음 프로필을 받았을 땐 썩 마음에 들진 않았어요. 아주 단정하게 찍힌 사진 외에는 아무 이력이 없어 연기하는 모습도 볼 수가 없었거든요. 순전히 궁금해서 만났는데 대화를 하다 보니 너무 재밌는 거예요. 그리고 아주 공교롭게도, 수빈이가 영화 속 주인처럼 태권도를 오래 했어요. 태권도도 결국 '도'라서 오랫동안 몸에 익힌 사람에게는 흉내 낼 수 없는 기운이 있거든요. 가장 예쁜 모습을 보여주려 애쓰기보다 씩씩하게 자기다운 에너지를 뿜고 있어 좋았어요. 두 번째 만남, 그러니까 즉흥 연기 워크숍에서 본 모습이 특히 잊혀지질 않는데요. 차를 타고 약속 장소로 가고 있는데 제 앞에 서수빈이 걸어가고 있는 거예요. 공지사항을 프린트한 건지, 한 손에는 종이를 쥐고 두리번거리면서요. 그 뒷모습과 걸음걸이가 뭐랄까, 너무 고등학생이었어요. 제가 생각하는 이주인의 모습이요. 계속 좇아가게 되더라고요. 한참을 헤매다 결국 엉뚱한 길로 빠지는 걸 봤지만 끝까지 불러 세우지는 않았어요.(웃음)

하퍼스 바자 두 편의 전작에서 어린이들과 작업하며 "아이들이 상황을 진짜로 믿으며 연기할 때 안 끊으면 영원히 할 수 있는 살아 있는 연기가 나온다"는 말을 했죠. 카메라 앞에서 벌어지는 상황은 결코 진짜가 아님을 알고 있는 성인 배우에게 당신이 원하는 '살아 있는 연기'를 위해 어떤 디렉팅이 필요했나요?

윤가은 이주인이 되려는 시도를 하지 말라는 얘기를 제일 많이 했어요. 나는 서수빈이 좋아서, 서수빈이 이주인이 되기를 원했던 거지 서수빈이 다른 사람이 되는 걸 원한 게 아니거든요. 애초에 그런 건 없다고 믿고요. 이건 어린이들과 함께할 때부터 변하지 않는 기조이기도 해요.

하퍼스 바자 영화를 관통하는 물건이 있다면 그건 '편지'라고 생각했어요. 인물들 사이에 숱한 손편지가 오가죠. 의도한 장치인가요?







윤가은 그렇지는 않아요. 저는 메타포에 대해 생각하며 글을 쓰는 종류의 사람은 아니에요. 이번에는 그저 은근하게 흘러가다 어느 순간에 확 찢기는 삶을 보여주고 싶었던 건데, 이 과정에서 직접적인 역할을 할 수 있는 게 텍스트였어요. 글자는 이미지보다 직접적이고, 그로부터 파생되는 상상은 각자의 몫이 되니까. 마치 누군가 뺨을 때리듯 훅 들어오는 느낌을 주기 위해서는 문자메시지가 아닌 사람의 흔적이 느껴지는 손편지여야 했고요.

하퍼스 바자 영화는 한순간에 찢기는 경험과, 뺨을 맞듯 난데없이 벌어진 일들 가운데서도 묵묵히 삶을 짊어지고 살아가는 인물들을 조용히 비춥니다. 그중 감독으로서 가장 좋아하는 장면이 있다면요?

윤가은 주인이 혼자 태권도장에서 연습하는 장면이 있어요. 별 대사 없이 후측면에서 찍은 바스트 컷이 길게 이어지는데, 개인적으로는 그 장면이 이 영화 같다는 생각이 들어요. 태권도로 대학에 갈 것도 아니고, 업을 삼으려는 것도 아닌 아이가 평일에 연습을 못했다는 이유로 굳이 주말에 시간을 쪼개서 태권도장을 간다는 설정이에요. 어쩌면 이 아이만의 명상일 수도, 마음을 다잡기 위한 방식일 수도 있죠. 영화가 보여주지 않은 주인의 삶은 이런 시간들로 채워진다는 걸 보여주고 싶었어요. 영화는 대체로 비일상을 다루지만 우리 삶에 언제고 특별한 사건이 일어나고, 놀라운 방식으로 해결되는 시간만 있는 것은 아니잖아요. 사건과 사건 사이를 채우는 일상이 있죠. 미래의 영광과 빛을 위한 것이 아닌, 딱 오늘 하루를 위한 노력과 정성을 들이는 순간 말이에요. 발개진 얼굴로 숨이 가쁘고 땀이 나도록 몸을 움직이며 자기만 아는 시간을 보내는 주인의 뒷모습을 볼 때, 딱 이 장면처럼 살고 싶다는 생각을 해요.

하퍼스 바자 주인은 이랬다 저랬다, 보는 사람을 갸우뚱하게 만드는 아이예요. 누군가는 이런 주인을 보고 혼란스러워 하며 무엇이 진짜 네 모습이냐 묻기도 하죠. 사춘기라서, 미성숙해서라기엔 10대인 주인의 다면적인 모습은 30대인 저에게도 있습니다. 결국 모순된 여러 가지 얼굴을 갖고 사는 것이 진짜라는 말을 하고 싶었던 건가요?

윤가은 사람은 무단횡단을 하며 쓰레기를 줍는 존재라고 하잖아요. 누구나 양면이 있어요. 아니, 수십 가지의 면이 있겠죠. 40대가 된 저도 고정된 의미의 '진짜 나' 같은 건 찾지 못했어요. 그런 건 없고 컵에 담긴 물처럼 살아가는 게 인생 같아요. 그게 자연스러운 거잖아요. 주인이도 그런 인물이에요. 제3자의 시선에서 지켜보면 '재 대체 뭐야?' 할 수 있지만, 그 모든 것이 자연스러운 일임을 알아주셨으면 했어요. 아주 평범하고 지루하다가도 한순간 이상한 모습을 보여주기도 하는 게 사람이니까요.

하퍼스 바자 앞서 언급한 단편영화의 제목도 <자연스럽게>인 걸 보면 당신에게 자연스러움이라는 것은 영화를 만드는 사람으로서도, 한 인간으로서도 중요한 키워드인 것 같아요.

윤가은 요즘 제 화두예요. 어떤 상황에서든 물 흐르듯 자연스럽고 싶지만 마음처럼 안 되거든요. 살면서 마주한 가장 어려운 문제이자 영화를 찍을 때 가장 깊이 고민하는 지점이에요. <세계의 주인>을 찍을 땐 특히 더 고민했어요. 살아온 인생이 구성한 나와, 사회적 맥락에 따라 달라지는 나. 그 사이 어느 지점이 가장 자연스러운 상태일까. 나에게 여전히 남아 있는 고정관념은 무엇일까. 질문이 꼬리에 꼬리를 물고 이어져요. 아직 답은 못 내렸지만, 적어도 불편해도 괜찮다는 마음은 생겼어요. 불편함도 자연스러운 것이라 생각하니 마음이 편해지더라고요. 이럴 땐 나이를 먹는 게 좋은 것 같아요. 시간이 지나야만 자연스럽게 깨닫게 되는 문제도 분명 있더라고요.

하퍼스 바자 모든 예술이 그렇듯 영화 역시 철저한 시장 논리에 의해 움직입니다. 이창동 감독이 신작의 투자처를 구하지 못해 넷플릭스행을 택했다는 소식은 지금 한국 영화산업의 현실을 보여주는 대표적인 사례겠고요. 투자한 만큼 버는 영화만이 영화관에서 살아남는 시대에 어떤 자세로 영화를 만들고 있나요?

윤가은 독립영화를 만든다 해서, 작은 사람들의 이야기를 한다고 해서 관객을 생각하지 않은 적은 한 번도 없었어요. 손익분기점으로부터 자유로웠던 적 역시도요. 익숙한 배우도 없는 영화를 어떻게 하면 더 보게 만들 것인가에 대한 고민은 항상 하고 있죠. 그래서 이번에는 형식에 대해 많이 생각했어요. 어떻게 하면 오프닝부터 멱살 잡고 갈 수 있을지, 예상치 못했던 이야기로 꺾이는 순간을 어디에서 어떻게 만들어야 할지 고민하면서요. 동시에 '이렇게 해야 사람들이 좋아한다' 같은 건 절대 믿지 않았어요. 지극히 개인의 의견일 뿐, 그 문장을 깨부수는 어떤 영화가 나오는 순간 판도는 뒤집히게 되어 있으니까요. 짚어주신 것처럼 영화를 만드는 문이 굉장히 좁아지고 있다는 압박을 피부로 느끼고 있지만, 산업적으로 봤을 땐 '새로운 영화'가 만들어지는 데 도움이 된다는 생각이에요. 영화 티켓 가격은 좀 내려갔으면 좋겠지만요.

하퍼스 바자 그렇다면 당신의 삶에서 유일하게 영화만이 할 수 있는 건 무엇인가요? 영화를 사랑하는 마음이 식지 않게 만들어주는 것요.

윤가은 저에겐 영화만큼이나 영화관이 중요해요. 그 깜깜한 데서 아무것도 못한 채 스크린만 보는 시간 동안 우리는 필연적으로 어떤 인물의 삶 속으로 들어가야 하죠. 영화가 좋았든 싫었든, 영화관에 들어갈 때와 나올 때의 마음은 달라져 있어요. 2시간 동안 집중적인 대리 경험을 하고 나면 삶을 대하는 태도에 미약한 변화라도 생기죠. 아직 삶에서 이를 뛰어넘는 강렬한 체험은 해보지 못했어요. 영화관에서 보는 영화는 언제나 유효해요. <세계의 주인>을 보고 극장을 나선 관객들에게도 그게 무엇이든, 어떤 질문이 생기기만을 바랄 뿐이에요. 요즘은 너무 많은 것들이 우리를 스쳐 지나가잖아요. 궁금하게 만들고, 어떤 감정을 느끼게 하고, 시선을 바꾸는 몰입이 어려워진 거죠. 그 와중에 이 영화 안에서 잠시나마 머물러 무언가를 느끼고 경험했다면 그것만으로도 전 모든 영화인의 꿈을 이룬 거예요. 에디터/ 고영진

※ <세계의 주인>은 10월 22일 극장에서 개봉한다.



재킷은 Soonjeans.

사진/ 김외밀, 바른손이앤에이(스틸)
헤어&메이크업/ 박정환
스타일리스트/ 김지원

반항의 세대, 리처드 링클레이터

영화 인생 40년. 리처드 링클레이터는 여전히 비주류이고, 여전히 독립적이며 근사하다. 65세라는 나이에도 불구하고 나이를 가늠하기 어려운 청년 같다. 헝클어진 머리카락으로 나타나 악수를 청한 그는 가벼운 농담으로 아이스브레이킹을 하며 편안하게 나를 맞이한다. 공놀이를 즐기던 스포츠 소년은 괴짜 청소년기를 거쳐 텍사스주의 첫 아트 영화관 가운데 하나인 '오스틴 영화 협회'를 설립하기에 이르렀고, 그 경험을 작품에 잘 녹여냈다. 스스로 현대적이며 자유롭고, 쿨하고 열정 가득하다고 자부하는 감독들은 많지만, 까다로운 그의 필모그래피보다 한 시대상을 잘 나타내는 영화들은 없을 것이다. <슬래커>로 처음 이름을 알린 링클레이터는 1990년부터 끊임없이 재충전되는 창의력으로 생동감 넘치는 영화의 어떤 초석을 놓았다. 다수의 단편영화(젊은 날의 다니엘 존스턴이 출연한 <우드쇼크>는 실로 최고였다)를 비롯해 <멍하고 혼돈스러운>을 통해 끝나가는 청소년기를 향한 잊지 못할 찬가를 선보인 링클레이터는, 1995년 영화 <비포 선라이즈>를 내놓았다. 부다페스트에서 비엔나로 가는 기차에서 만난 에단 호크와 줄리 델피의 꿈결 같은 동행은 영화 역사상 가장 아름다운 사랑 이야기로 남아 있다. <비포 선라이즈로> 첫 대중적 성공을 거둔 링클레이터는 이어서 <비포 선셋>과 <비포 미드나잇>이라는 두 편의 속편을 공개한다. 그리고 2014년, <보이후드>라는 시간의 흐름에 대한 숭고한 기록을 통해 범상치 않은 촬영 방식에 관한 애정을 다시 한 번 드러냈다. 10년이 넘는 세월 동안 촬영하며 한 가족의 이야기를 담은 이 영화는 배우 패트리샤 아퀘트에게 오스카 여우조연상을 안겨주었다. <뉴튼 보이즈> <스쿨 오브 락> 등 몇 편의 작품으로 할리우드에 도전하기도 했지만, 이 텍사스 출신 감독의 작품 세계는 저예산 영화와 대형 프로젝트, 10대 영화와 사랑 이야기를 넘나들며 맹렬한 독립성과 다양함으로 관객을 사로잡는다.

감독의 33번째 연출작인 <누벨바그>가 추구하는 것도 이같은 정열과 생명력이다. 영화를 통해 리처드 링클레이터는 <네 멋대로 해라>라는 신화의 탄생을 그만의 당돌한 방식으로 재현하며 관객을 사로잡는다. 올해 칸 영화제에서 선보인 그의 신작은 영화, 웃음, 삶에 대한 관념들을 능숙하게 다루며 고다르의 첫 장편영화에 빛나는 헌사를 바친다. 나아가 당시 '제7의 예술'로 불린 영화에 대한 자신의 경외심을 드러낸다. 그리고 언제나 그랬듯이, 위대한 영화로부터 위안을 얻는 세계에서 안식처를 찾을 수 있다는 약속과 함께.

하퍼스 바자 <네 멋대로 해라>의 제작기를 소재 삼아 영화를 만들게 된 계기가 무엇인가요?

리처드 링클레이터 <네 멋대로 해라>는 지금 봐도 놀랄 만큼 현대적이죠. 20살 때 아버지와 함께 처음 그 영화를 봤는데, 65세가 된 지금도 감동은 여전합니다. 내용을 완전히 이해하지는 못했지만 그래도 좋았어요. 그 당시 한 달 뒤에 다시 보러 갔는데, 갑자기 심지에 불이 붙은 느낌이 들었어요. 특히 강렬하게 다가왔던 건 그 미친 듯한 자유로움이었죠. 별다른 각본 없이 길거리에서 순간을 포착하고, 떠오르는 방식대로 촬영하는 모습. 바로 그 창의성이 제 관심을 끌었어요. 영화를 따라 우리는 1959년으로 돌아가게 되죠. 그 시절은 누벨바그 운동과 비평지 <카이에 뒤 시네마>로 인해 영화계가 한창 들떠 있었고, 장 뤼크 고다르 감독이 생애 첫 영화를 연출하던 시기였습니다. 정말 특별한 시대였죠. 그 시대 영화인들은 두려운 게 없었어요. 망설임 없이 실험하고 규칙을 전복시켰죠. 저는 그런 새로운 에너지에 경의를 표하고 싶었고, 그러기 위해서 사료, 사진, 기억을 바탕으로 작업하며 모든 것을 하나하나 재구성하는 데에 심혈을 기울였습니다.

하퍼스 바자 제작 과정 영상에서 (특히 샤넬과 협력해 만든) 진 시버그가 입었던 옷 등 의상의 솔기를 직접 살펴보는 당신의 모습을 볼 수 있어요. 모든 요소가 정확히 들어맞도록 세부적인 사항까지 일일이 확인하더라고요.

리처드 링클레이터 맞아요. 하지만 역설적이게도 관객이 보게 되는 것은 "아, 완벽해. 어, 머리 건드리지 마. 이부자리도 정리하지 마. 잘 하고 있어"라고 말하는 감독의 모습이죠. 있는 그대로의 세상을 받아들이는 태도가 제게는 매우 아름답게 다가왔습니다. 말씀대로 디테일한 부분까지 꼼꼼히 다듬으며 정반대의 길을 갔죠. 그 점이 참 재미있었어요.



하퍼스 바자 누벨바그 시대를 대표하는 감독들이 그러했듯이, 당신도 영화는 삶의 연장이어야 한다는 점을 늘 의식해왔다고 말했죠. 어떤 의미인가요?

리처드 링클레이터 제가 어렸을 때 영화의 역할은 중요한 사건, 대서사를 들려주는 데에 초점이 맞춰져 있었어요. 평범한 인간의 삶을 이야기할 수 있을 거라고 생각지 못했죠. 히치콕의 작품 같은 할리우드 영화들은 연출자의 인생을 담고 있지는 않죠. 감독 고유의 터치를 찾아볼 수 있는 정도이고, 영화를 통해 한 개인의 유년시절이나 직접적인 경험을 다루는 경우는 극히 드물었어요. 그러다 누벨바그의 물결과 함께 변화가 찾아왔고, 그 무엇이든 영화의 주제가 될 수 있다는 사실을 깨닫게 된 거죠. 일례로 트뤼포는 영화를 '사랑의 제스처', 즉 관객에게



"

영화를 만드는 것은 삶을 살아가는 것과 비슷합니다.
새로운 상황에 적응하고, 임기응변하는 거죠.
통용되는 예술의 이미지와는 달리, 영화 제작 과정은
서사시나 영웅적인 전투가 아닙니다.

"



제안하는 일종의 여정으로 여겼는데 그의 이런 관점이 제게 영감이 되었습니다. 트뤼포와 같은 감독들을 발견하고 눈이 번쩍 뜨이는 기분이었어요. 평범한 삶도 영화의 주제가 될 수 있다는 것을 알아차렸거든요.

하퍼스 바자 그 표현을 빌리자면 영화가 '사랑의 제스처'가 될 것이라는 사실을 어떻게 깨닫게 되었나요?

리처드 링클레이터 여행을 즐길 만큼 가정 형편이 풍족하지는 않았지만, 부모님께서는 자식들이 문화예술을 가까이 둘 수 있는 환경을 만들어 주셨어요. 창의성은 우리 일상의 일부였죠. 할머니와 어머니는 그림을 그리셨고, 저는 나무를 깎거나 손으로 이것저것 만드는 걸 즐겼어요. 14살 무렵, 사촌과 함께 할아버지의 카메라를 가지고 놀며 촬영에 재미를 붙이기 시작했죠. 가족들의 모습을 영상으로 담으며 이야기를 만들어내고 직접 만든 결과로 실험하곤 했어요. 일찍이 창의력의 세계에 빠져 지낸 경험이 지금 제 세계관을 형성한 것 같네요. 그러나 청소년기에 접어들면서 현실을 맞닥뜨렸을 때, 충격이 매우 컸어요. 갑작스레 성인이 된 저는 그 모든 혼란에 대응할 준비가 전혀 안 돼 있었죠. 제가 있을 곳이 아니라고 느꼈기에 학교에도 정을 붙이지 못 했고요. 공식적인 틀에 나를 끼워 맞추는 일에는 전혀 흥미를 느끼지 못 했죠. 그래서 영화와 예술이라는 평행 세계로 도피하는 편을 택했고, 때로는 현실보다 그곳이 매력적으로 느껴졌어요. 당시 야구를 했기에 선수 생활도 고려해 보았지만 영화가 점차 제 마음을 지배하게 되었고, 언젠가는 이 세계에 다시 발을 들이게 될 거라는 확신이 생겼죠.

하퍼스 바자 두 번째 장편영화 <슬래커>는 그런지 열풍이 한창이던 1990년에 개봉했습니다. <슬래커>를 촬영할 당시에 당신의 영화가 특정 청년층, 더 나아가서는 언더그라운드 문화의 선언문이 될 것이라고 예상했나요?

리처드 링클레이터 재미있네요, 그 촬영 중 종종 고다르를 떠올렸거든요. 그때 저는 이런 생각을 했어요. "난 지금 뭔가를 시도하고 있어." 나 말고는 제대로 이해하는 사람도 없는 독특한 시나리오를 바탕으로 주류의 취향을 벗어난 작품을 만드는 데 집중하면서요. 고다르는 1959년에, 저는 1980년대 말에, 마치 각자가 자신만의 영화 혁명을 겪고 있는 것 같았죠. 고다르에겐 본인의 작품이 중요한 자리를 차지할 거라는 확신이 명확했지만 제겐 그런 게 없었어요. 그는 이미 영화계에서 자리를 잡은 상태였고, 저는 예산도 없이 무수한 불확실성을 안고 영화를 조각조각 만들어나가고 있었죠. 사실, 영화가 상영이 될지조차 상상도 못했어요. 그래서 배급사가 생기고 대중이 반응하기 시작했을 때, 모든 게 기적인 것만 같았죠. 희망을 거의 버린 상태였거든요. 영화계에 뛰어들다니 내가 정신이 나간 게 아닐까, 하고.

하퍼스 바자 그렇긴 하지만, 미치지 않은 예술가가 어디 있겠어요?

리처드 링클레이터 맞아요. 결국 중요한 건 나 자신을, 그리고 자신이 만들고자 하는 작품을 진실된 자세로 대하는 겁니다. 사람은 각자 자신만의 길을 가야 합니다. 저는 꿈을 간직한 채 어둠 속에서, 침묵 속에서, 이 일에 필요한 인내심을 가지고 수년간 작업해왔어요. 그게 바로 제가 고다르를 좋아하는 이유이기도 하죠. <슬래커>는 특별할 것 없는 일상의 거울이 되는 동시에, 주류 가치관과 단절된 채 주변부에 존재하는 세대의 정체성을 확립하고자 하는 의도를 담고자 했어요.



사진/ Jean-Louis Fernandez, 오드(스틸) 디자인/ 이진미

하퍼스 바자 고다르 감독은 "여러 종잇장을 하나로 묶는 것은 여백과 다름없다"라는 말을 남긴 바 있죠.

리처드 링클레이터 맞아요! 한때 여러 기관들이 다른 곳에서 일어나는 일에 관심을 보이던 시절이 있었죠. 대안 문화에도 진정한 호기심을 가졌었고요. 지금은 상황이 달라졌어요. 오늘날에는 수익을 창출하지 못하면 대중에게도 기관에게도 관심받기가 어려워졌습니다.

하퍼스 바자 그런 업계에서 어떻게 독립성을 유지했나요?

리처드 링클레이터 시기를 잘 타고 난 것 같아요. 이전 세대와 달리 저는 할리우드에 발을 들일 필요가 없었어요. 그전만 해도 영화감독이 되고 싶다면 선택의 여지가 없었죠. 공포영화 같은 특정 장르를 찍고 싶은 거라면 모를까. 예를 들어 조지 로메로는 피츠버그에서도 충분히 영화를 만들 수 있었어요. 하지만 그런 케이스가 아니라면 모두 LA로 가야 했습니다. 저는 운이 좋았어요. 첫 영화 <슬래커>를 만들고 배급사를 찾는 데 성공했거든요. 덕분에 그 다음 프로젝트로 넘어갈 수 있었고, 제가 살던 곳을 떠나지 않고 작업을 계속할 수 있었어요. 비용이 더 저렴했거든요. 이 단순한 이유로 제작진을 설득시켰죠. 이런 작업 방식이 이제 제겐 일종의 습관이 되었고요. 하지만 이건 기질 문제이기도 해요. 저는 다시 업계의 중심부에 뛰어들고 싶지는 않아요. 그럼에도 불구하고 제가 여기까지 왔다는 사실은 여전히 스스로도 놀랍죠. 마치 그 누구도 제가 조용히 앞으로 나아가고 있다는 것을 알아차리지 못한 채 그물망을 빠져나온 것 같은 기분이에요.

하퍼스 바자 창작은 인간에게 필요한 '낙관적 활동'이라고 말씀하셨죠. 우리가 사는 세상에 낙관이 부족하다고 느끼나요?

리처드 링클레이터 대체적으로 분위기가 밝다고 말할 순 없죠. 하지만 저는 그것이야말로 예술의 본질이라고 생각합니다. 인간은 예술을 통해 저항합니다. 우리 삶에 창의적 행위는 중요해요. 전반적인 분위기가 좀 어둡다고 해도, 반짝하는 희망의 순간들이 있기 마련이죠. 영화 제작은 싸움의 연속입니다. 삶을 사는 것과 비슷합니다. 구체적인 적도 존재하지 않고, 없는 살림이어도 최선을 다하는 수밖에 없어요. 모든 것을 다 계획해 놨는데, 갑자기 비가 쏟아지기도 하죠. 그럼 어떻게 해야 할까요? 새로운 상황에 적응하고, 그때그때 맞는 대처 방법을 찾는 겁니다. 그 과정이 끝없이 되풀이되고 해결해야 할 새로운 문제들이 계속해서 나타납니다. 통용되는 예술의 이미지와는 달리, 영화 제작 과정은 서사시나 영웅적인 전투가 아닙니다.

하퍼스 바자 꿈에 부합하는 삶을 살았다고 생각하시나요?

리처드 링클레이터 어릴 적에는 영화감독이 아닌 야구선수가 되고 싶었어요. 하지만 그랬다면 제 커리어는 일찍 막을 내렸을 것이고, 오늘날 무엇을 하고 있을지 짐작도 안 가네요. 결국 제가 살아온 예술가의 삶은 10대 시절에는 감히 상상조차 하지 못했던 거예요. 만약 과거로 돌아가 젊은 날의 저에게 조언을 해준다면 이렇게 말하고 싶어요. "40년 후, 너는 성공을 이룰 거야. 영화도 만들고, 커리어도 쌓고, 생계를 위해 다른 일을 하지 않아도 될 거야." 그것만으로 대단한 일이죠. 약간의 운도 필요해요. 기회가 왔을 때 잡을 줄 알아야 합니다. 그런 면에서 보면, 꿈을 이루었다고 생각합니다. 운이 따라주었다는 사실은 잘 알고 있지만, 저는 제게 주어진 그 어떤 것도 당연하게 여기지 않습니다. 글/ Florine Delcourt 에디터/ 안서경 B

※ <누벨바그>는 12월 국내 개봉 예정이다.



제5회 서울도시건축비엔날레 주제전
<일상의 벽> 이미지. 사진: 최용준

서울, 두 개의 비엔날레



백남준, <TV 부처>, 1989, 청동 조각, TV 모니터, 캠코더, 105×140×70cm.
제13회 서울미디어시티비엔날레 ≪강령: 영혼의 기술≫ 전시 전경, 서울시립미술관, 2025.
사진: 홍철기. 서울시립미술관 제공

서울도시건축비엔날레와 서울미디어시티비엔날레. 건축과 미디어아트 축제가 서울 도심 한복판에 펼쳐지고 있다. 익숙한 서울에서 낯섦을 경험하고 싶다면 다음의 행동수칙을 따를 것.



제5회 서울도시건축비엔날레 주제전
<휴머나이즈 월> 이미지. 사진: 최용준

1. 지루함의 전염병 퇴치하기

"우리 주변 세상이 점점 비슷해지고, 개성이 없어지고, 무미건조해지고 있어요. 모두 평평하고, 직선적이고, 번쩍이고, 익명적이고, 진지합니다. 어느 도시를 가도 다 똑같습니다. 지루함의 전염병이 확산되고 있어요. 멋진 오페라 하우스나 미술관에 대한 이야기가 아닙니다. 일상의 건축물에 대한 이야기죠. 우리는 건물의 외관, 즉 피부를 오랫동안 방치해 왔습니다. 사실 건물 내부에서 시간을 보내는 사람보다 건물 외부에 있는 사람이 숫자로도 훨씬 더 많습니다." 'Cities for Citizens: Building for the Passers-by(시민을 위한 도시, 행인을 위한 건축)'. 제5회 서울도시건축비엔날레의 총감독을 맡은 토마스 헤더윅이 던지는 화두다.

단조로운 도시 건물이 지루함의 전염병이라면 한국은 그 전염병의 소굴과 다름없다. 한국의 (아주 많은) 건물들은 미적인 고려 없이 공간의 효율성과 비용 절감을 목표로 설계되었다. '빨리 빨리' 문화가 오늘날 한국의 고도 성장에 일조했음을 부정할 수 없지만 헤더윅이 말했듯, 어느 사회가 진정으로 성공했는지 여부는 시민들이 그 공간을 얼마나 아끼고 있는가로 판가름할 수도 있다.

예쁜 건물을 짓는 일이 도대체 나의 삶과 무슨 상관인가? 반문하고 싶다면 다음의 수치에 주의를 기울여보자. 헤더윅은 시민들에게 '사랑받는 건물'을 짓는 것 이야말로 환경적으로도 더 지속 가능한 일이라고 강조한다. "우리는 건물들을 너무 쉽게 철거합니다. 시민들이 아끼지 않는 건물이 철거되면 또다시 지루하고 재미없는 건물이 올라갑니다 영국에서는 1년에 50만 채의 건물을 철거하고, 평균 수명은 40년입니다. 놀라운 건 서울입니다. 서울의 건물 수명은 28년밖에 안 됩니다. 만약 제가 서울의 건물이라면, 저는 27년 전에 죽었을 겁니다.(웃음) 빅맥 햄버거를 만들 때 4kg의 탄소가 배출되고, 로켓을 우주에 발사할 때는 250톤의 탄소가 배출됩니다. 그런데 빌딩을 철거하는 데에는 9만2천210톤의 탄소가 필요합니다. 우리는 항공산업이 탄소 배출의 주범이라고 얘기하지만, 건설산업이 얼마나 나쁜지에 대해서는 얘기하지 않습니다."

헤더윅은 이번 비엔날레의 총감독을 맡으면서 25년 전 런던에서 건축가들끼리 나눈 대화를 떠올렸다. '왜 일반 시민들이 건축 전시를 재미없다고 느낄까?' 그는 건축이란 본질적으로 소통이 어려운 분야임을 인정한다. 건축가의 드로잉이나 렌더링처럼 복잡한 시각 자료는 전문가에게는 흥미로울지 몰라도, 일반 시민



들에게는 낯설고 접근하기 어려운 요소로 작용한다는 것이다. 건설산업에서도 별반 다르지 않다. 건축가들은 언제나 내부의 논의에만 몰두했고, 대중과의 대화는 부족했다. 헤더윅 스튜디오가 지난 30년 동안 다양한 프로젝트를 진행하며 깨달은 점은 무엇일까? 하나의 프로젝트로 세상을 바꿀 수는 없다는 것이며, 변화는 오직 공공의 열린 대화를 통해서만 가능하다는 것이다. 대화의 장이 열리기 위해선 일단 일반 시민들의 관심이 뒷받침되어야 한다. 헤더윅이 건물의 '외관'을 그토록 강조하는 것은 이런 이유다.

"우리는 개방적이고, 너그럽고, 장식적이고, 유쾌하고 이야기를 담은 도시 환경을 필요로 하고 있습니다. 어떻게 하면 될까요?" 지금 종로구 열린송현 녹지광장에서 만나볼 수 있는 대표작 <휴머나이즈 월>은 헤더윅이 고안한 일종의 해법이다. 지나가던 어린아이도 흥미를 가질 만큼 의도적으로 특이한 구조와 형태로 설계된 이 구조물은 가로 90m, 높이 16m의 크기로 1천482개에 달하는 철판이 조각보처럼 연결되어 있다. '사람을 위한 건축' 선언문이 담긴 거대한 잡지인 셈이다. 각각의 조각에 8개국 110명 디자이너가 참여한 400여 개 건축물 이미지와 창작커뮤니티 9개 팀의 아이디어를 모은 1천428장의 스틸 패널이 메시지로 새겨져 있다. "중간이 휘어진 <휴머나이즈 월>은 마치 한국의 비빔밥 같습니다. 다양한 의견들이 혼재되어 있죠. 모든 사람들이 여기에 와서 언제든 이야기할 수 있는, 시민들의 공적 대화가 시작되는 장으로 역할을 할 것이라고 기대합니다. 이 구조물은 그 첫 번째 관문입니다."

2. 잠시, 숨 고르기

건축이 합리성을 기반으로 사람을 향한다면, 예술은 비합리성을 바탕으로 역시 사람을 향한다. 서울미디어시티비엔날레의 예술감독 팀 안톤 비도클, 할리 에어스, 루카스 브라시스키스는 영적 세계와의 교류를 탐구한다. 이번 비엔날레의 주제 ≪강령: 영혼의 기술≫은 산업화 시대인 19세기 말과 인공지능 시대인 오늘날, 두 개의 시대에서 벌어진 급격한 사회 변화와 그로 인한 일상의 파괴, 인간 소외를 겪는 시민들에게 도움이 될 만한 상상의 탈출구를 제공한다. 이것이 가속주의와 합리주의 논리에 대항하는 일종의 기술로서 기능한다면, 일견 토마스 헤더윅이 천편일률적인 건물에서 '피부'를 찾고자 하는 노력과 별반 다르지 않을 것이다.



힐마 아프 클린트, <타오르는 불꽃>, 1930, 종이에 수채, 47×31cm. 제13회 서울미디어시티비엔날레 ≪강령: 영혼의 기술≫ 전시 전경, 서울시립미술관, 2025. 사진: 홍철기. 서울시립미술관 제공

3. 강령술로 영혼 불러오기

하퍼스 바자 한국은 전 국민적으로 영성에 관심이 큰 나라입니다. 우리끼린 '무속의 나라'라고 자조하곤 하죠. 강령과 영혼이라는 주제를 펼치기에 서울이 얼마나 적절하다고 생각했나요?

안톤 비도클 조사 과정에서 우리는 한국에 100개가 넘는 다양한 종교와 종파가 존재한다는 사실을 알게 되었어요. 나라의 규모와 비교하면 상당한 숫자예요. 특히 지난 세기 동안 특정한 영성 활동이 한국의 격동적인 정치 상황과 어떻게 맞물렸는지 살펴보는 것은 매우 흥미로웠습니다. 어떤 경우에는 진보적인 역할을 하기도 했고, 또 어떤 경우에는 오용되기도 했죠. 무엇보다 인상 깊었던 건 한국의 영성 문화가 융합적이며 체험 중심적이라는 것입니다. 하나의 길을 고집하기보다 여러 우주론을 섞어서 일상 속에 포용하는 경향이 있었습니다. 때로 조화롭지만, 때로는 긴장을 만들어내기도 하면서요.

하퍼스 바자 그럼에도 불구하고 지금까지 종교나 강령 혹은 영성 그 자체를 다룬 전시는 흔치 않았습니다. 아마도 비정통하고 비전문적이라는 편견 때문이었겠죠. 그런데 2025년 현재 한국에서는 부산현대미술관의 ≪힐마 아프 클린트: 적절한 소환≫, 국립현대미술관의 ≪올해의 작가상 2025≫ 임영주 등 이와 관련한 전시가 동시다발적으로 열리고 있습니다. 일종의 현상일까요?

안톤 비도클 오랫동안 이런 개념들은 '충분히 현대적이지 않다' '구시대적이다' '비과학적이다'라는 인식 속에 있었죠. 1980년대 중반 로스앤젤레스의 ≪The Spiritual in Art≫ 전시나 1989년 파리 퐁피두센터의 ≪Magiciens de la Terre≫ 같은 프로젝트가 이런 주제를 다뤘지만, 그 이후로는 거의 시도되지 않았습니다. 부산시립미술관의 힐마 아프 클린트 전시는 저도 인상 깊었습니다. 무엇보다 전시 연출이 매우 흥미로웠고, 이전의 순회 버전들보다 훨씬 완성도가 높았죠. 클린트는 자신의 작품을 위한 급진적이고 유토피아적인 전시 공간, 즉 '신전(The Temple)'을 구상했으며, 루돌프 슈타이너와 함께 그것을 실현하려고도 했습니다. 하지만 제가 봐온 대부분의 전시는 그녀의 이러한 의도를 제대로 반영하지 못하고 전통적인 방식에 머물렀습니다. 그런 점에서 부산 전시는 훨씬 성공적인 해석이었다고 생각해요.

하퍼스 바자 서울미디어시티비엔날레 ≪강령: 영혼의 기술≫은 산업화 시대인 19세기 말에서 20세기 초, 그리고 인공지능 시대인 현재 이렇게 두 가지 시점을 집중 조명합니다. 두 시대는 어떤 점에서 닮았고 또 다른가요?

할리 에어스 심령주의, 오컬트, 신비주의, 그리고 다양한 혼합 종교들은 근대주의의 탄생과 거의 동시에 번성했어요. 이는 대중의 상상력뿐 아니라 아방가르드 예술에도 큰 자극이 되었죠. 급격한 산업화와 그로 인한 일상의 파괴와 인간 소외는 사람들에게 감정적, 상상적 탈출구를 요구했습니다. 그리고 오늘날 우리는 디지털화, 알고리즘 자동화, 인공지능 확산으로 인해 다시금 극심한 변화를 겪고 있어요. 이 역시 혼란과 불안, 소외, 스트레스를 불러오죠. 그래서 많은 예술가와 영화인, 문화 실천가들이 인간 너머의 인식과 미학에서 영감을 얻으며 시대를 이해하려고 노력합니다. 물론 사용되는 기술이나 세계화의 양상에선 전혀 다르지만, 우리는 이런 예술의 흐름이 두 시대에 걸쳐 이어지고 있다는 점에서 주목했습니다.

하퍼스 바자 서울시립미술관 서소문본관 외에도 낙원상가, 시네마테크 서울아



ORTA(알렉산드라 모로조바와 루스템 베게노프), <새로운 천재들의 위대한 원자폭탄 반사기 경험>, 2025, 퍼포먼스, 90분. 제13회 서울미디어시티비엔날레 ≪강령: 영혼의 기술≫ 퍼포먼스 전경, 청년예술청 그레이홀, 2025. 사진: 홍철기. 서울시립미술관 제공

트시네마 등 서울 각지에서 전시가 이어지고 있습니다. 각각의 장소는 어떤 의미를 갖나요?

할리 에어스 음악은 단지 영성에 영향을 받은 예술이 아니라, 실제로 의식과 트랜스 상태를 만들어내는 의례의 형태이기도 하죠. 낙원상가와 협업하게 되어 매우 기뻤습니다. 낙원상가는 세계 최대 규모의 악기 상가 건물이고 1970~80년대엔 이 지역이 한국의 경제 호황과 함께 활발한 클럽 문화의 중심지였다고 알고 있습니다. 그 시절 뮤지션들은 낙원상가에 모여 대타 공연 제안을 기다리곤 했다죠. 이곳에 세 개의 위성 공간을 설치했어요. 하나는 큐레이터 사나 알마제디가 기획한 '리스닝 룸'이고, 나머지 두 곳은 음악가 아키 온다와 아밋 두타에게 각각 할애했습니다. 시네마테크 서울아트시네마 역시 꼭 포함하고 싶었던 장소였습니다. 비엔날레의 주요 프로그램 중 하나로 장편영화들을 상영할 수 있는 극장이 필요했거든요. 영화 관람이라는 행위 자체가 일종의 '강령(Seance)'이기도 해요. 보이지 않는 존재들이 빛의 흔적을 통해 다시 나타나는 순간이니까요.

하퍼스 바자 개인적으론 안리 살라의 비디오 <생각의 과잉>을 흥미롭게 감상했습니다. 그리고 어떤 점에선 전시 역시 영혼을 불러들이는 행위라고 볼 수 있지 않을까 생각했습니다.

안톤 비도클 안리의 작품을 좋아해 주셔서 기쁩니다. 그는 몇 년 전 제가 로스앤젤레스에서 기획한 전시를 위해 이 작품을 만들었습니다. 화가 다비드 알파로 시케이로스는 생전에 잡지에서 오려내거나 다른 사람에게서 얻은 사진을 포함하여 수천 장의 이미지를 수집하고 이를 '건축' '인물과 역사적 인물' '사물' '모형' '회화' '조각' '노동자와 산업' '고통'이라는 범주로 꼼꼼하게 정리했습니다. 그의 의도는 1974년 자신이 세상을 떠난 후 다른 예술가들에게 이 아카이브를 공개하는 것이었죠. 안리는 그 안에서 한 장의 사진을 발견했죠. '건축'이라는 이미지 폴더에 있던 그 사진은 한 남자가 높은 건물에서 뛰어내리는 장면이었어요. 그는 그게 자살 장면일지도 모른다고 해석했습니다. 다비드가 왜 이것들을 '고통'이나 혹은 전혀 다른 범주로 분류하지 않았는지 의아해했죠. 하지만 아무런 추가 정보도 없었어요. 그래서 그는 반쯤은 농담처럼, 반쯤은 진지하게 실제로 '영매'에게 조언을 구했습니다. 로스앤젤레스에는 영매가 꽤 많아요. 어쩌면 불안정한 영화산업의 속성 때문이겠죠.

하퍼스 바자 다비드가 남긴 수천 장의 이미지가 "삶에 관한 모든 것이 있는" 아카이브였음을 상기한다면 그 이유를 알 것도 같습니다. 마지막 질문입니다. 예술에서 당신들이 믿는 '주관적 진실'을 말해주세요.

루카스 브라시스키스 얼마나 주관적인지는 모르겠지만, 저는 몸의 정지가 마음의 정지를 의미하지 않는다고 믿습니다. 앙리 베르그송이 말했듯, 예술은 우리의 감각적 습관을 깨뜨리고 우리를 전혀 다른 리듬으로 만듭니다. 때론 극단적으로 느리고 돌연히 빠른 속도로요. 그리고 그 순간 세상이 새롭게 보이죠. 그래서 저는 예술 작품이나 영화가 진정으로 작동할 때, 그것이 언어적 설득이 아니라 지각의 재구성을 일으킨다고 생각합니다. 만약 당신의 시선이 변하지 않았다면, 그 만남은 아직 진정으로 일어나지 않은 것입니다. B

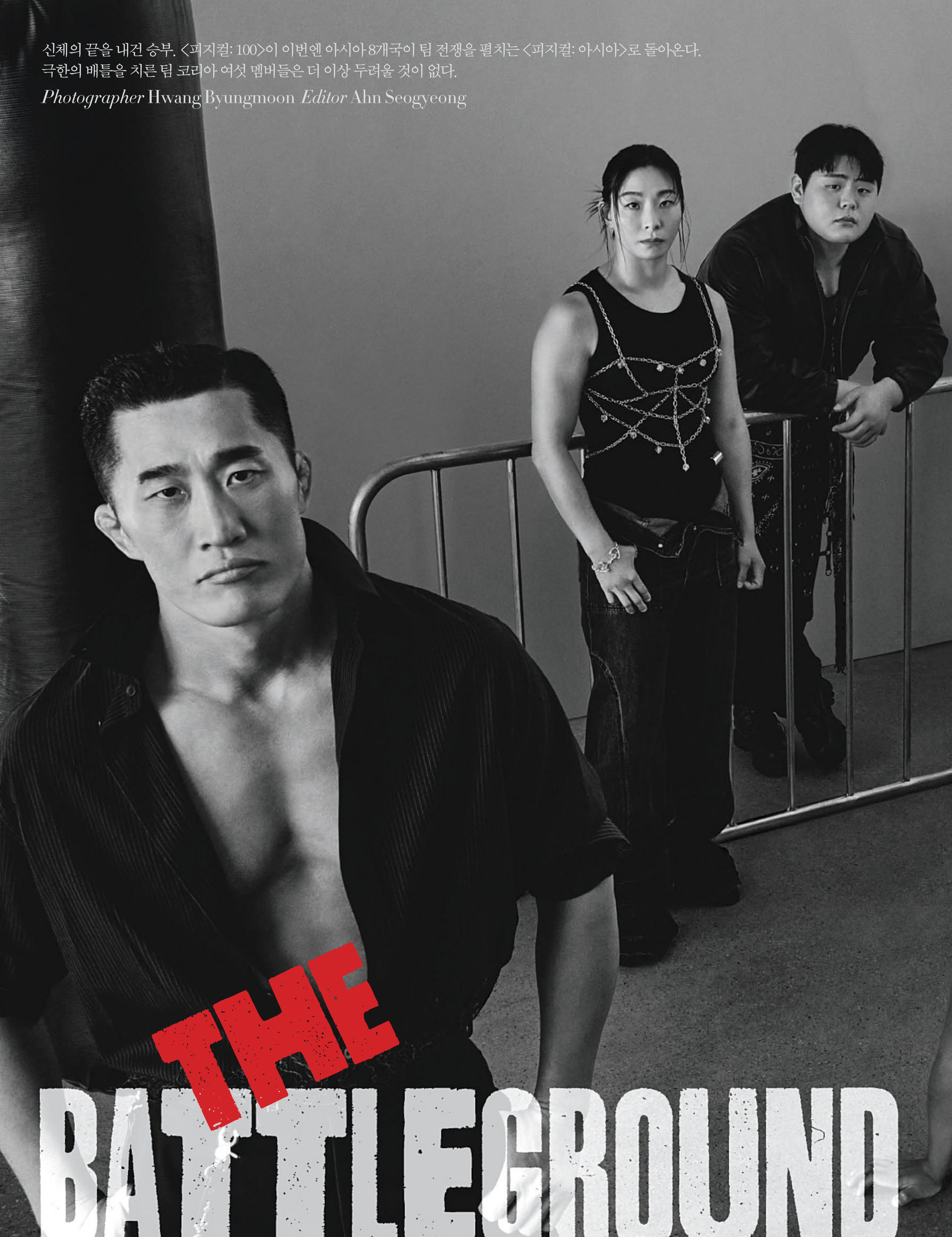
에디터/ 손안나

※ 제5회 서울도시건축비엔날레는 11월 18일까지, 제13회 서울미디어시티비엔날레는 11월 23일까지 서울 곳곳에서 열린다.

디자인/ 이예슬

신체의 끝을 내건 승부. <피지컬: 100>이 이번엔 아시아 8개국이 팀 전쟁을 펼치는 <피지컬: 아시아>로 돌아온다.
극한의 배틀을 치른 팀 코리아 여섯 멤버들은 더 이상 두려울 것이 없다.

Photographer Hwang Byungmoon *Editor* Ahn Seogyeong



THE BATTLEGROUND



(왼쪽부터) 김동현이 착용한 톱, 팬츠는 Fendi. 체인은 Toga Virilis. 장은실이 착용한 원피스는 Loewe. 레이어드한 체인 톱은 Q Millinery. 팬츠는 Avavav. 팔찌는 Bulletto. 김민재가 착용한 아우터는 Ajobyajo. 톱, 벨트는 Lemeteque. 팬츠는 Juun.J. 슈즈는 Givenchy. 스카프는 스타일리스트 소장품. 최승연이 착용한 톱은 Haag. 레이어드한 톱은 Jose Moon. 팬츠는 Amiri. 슈즈는 Christian Louboutin. 목걸이는 Cos, Bulletto. 아모띠가 착용한 톱은 Helmut Lang. 팬츠는 Loewe. 모자는 Eric Javits. 벨트는 Bell&Nouveau. 목걸이는 Chrome Hearts, Bell&Nouvea. 슈즈는 Christian Louboutin. 윤성빈이 착용한 아우터, 팬츠는 Moncler × A$AP Rocky. 벨트는 Dries Van Noten. 톱, 체인, 슈즈는 스타일리스트 소장품.



목걸이는 Bell&Nouveau.
팔찌는 Tom Wood, Cody
Sanderson. 벨트는 Balenciaga.
슈즈는 Timberland. 슬리브리스,
팬츠는 스타일리스트 소장품.

토은 Lululemon. 팬츠, 장갑은
Sportmax. 이어커프는 Bulletto.



목걸이는 Chrome Hearts.
장갑은 스타일리스트 소장품.

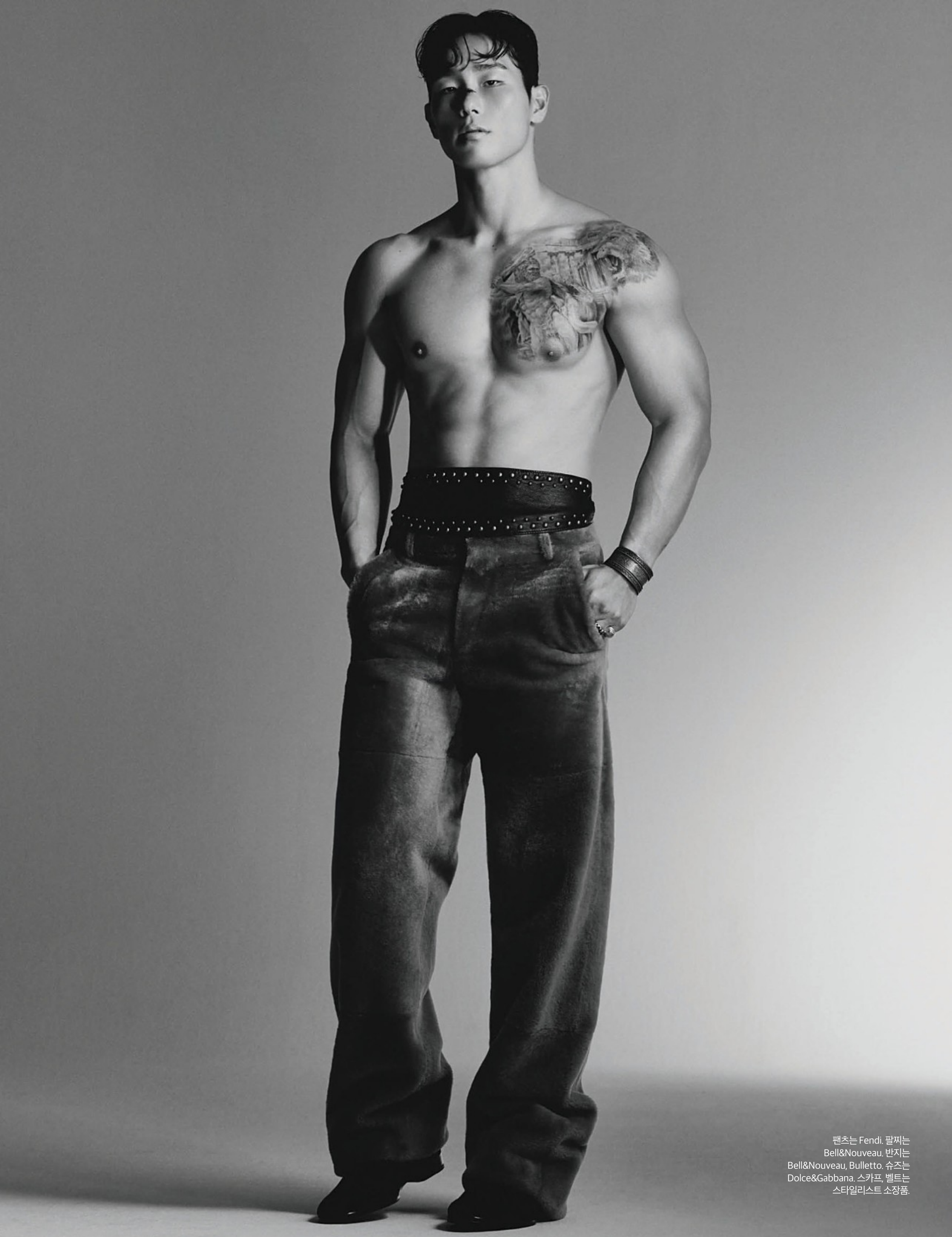




아우터는 A-Cold-Wall.
니트 베스트는 John Varvatos.
팬츠는 Juun.J. 어깨에 걸친 벨트는
Puma × A$AP Rocky.
슈즈는 Givency.



톱은 Calvin Klein Underwear.
쇼츠는 Front 2 Line.
패딩 스카프는 Sportmax.
벨트는 Golden Goose.



팬츠는 Fendi. 팔찌는
Bell&Nouveau. 반지는
Bell&Nouveau, Bulletto. 슈즈는
Dolce&Gabbana. 스카프, 벨트는
스타일리스트 소장품.

김동현

하퍼스 바자 <피지컬: 100> 시즌 2를 마치고 철저히 모니터링하며 준비했나? 유튜브 <매미킴> 채널을 보면 MMA 경기 분석 영상이 많더라.

김동현 스트레스 받아서 다시 못 보겠더라.(웃음) 지는 걸 용납하지 못할 만큼 승부욕이 강한 편이다. 선수 시절에도 경기에 지면 녹화 영상을 딱 한 번만 보고 그 후론 절대 보지 않았다. 대신 평소에 체력 운동을 정말 많이 했다. 언제 도전할 기회가 생길지 모르니까.

하퍼스 바자 국가 대항전인 이번 시즌에서 한국 팀 팀장을 맡았다. 제안을 흔쾌히 수락했나?

김동현 계속 거절했다.(웃음) 시즌 2 팀 미션 때, 내 실수로 인해 완패한 뒤 자책감으로 내내 괴로웠다. 지난 우승자인 아모띠나 리더십 있는 성빈이를 권하기도 했고. 장호기 PD님의 설득 끝에 '바지 팀장'이 되기로 마음먹었다. "우리는 6명 모두 팀장이다", 얘기하며 동생들이 각자 강점을 발휘할 수 있는 팀을 만들고 싶었다.

하퍼스 바자 이번 시즌만의 차별화된 특징을 꼽아본다면?

김동현 미션 스케일이 커지고 세트 연출이 디테일해서 마치 영화 <글래디에이터> 속에서 전투하는 느낌이었다. 국가대표가 주는 무게 때문에 다들 승부욕이 엄청났다. 심판이 100명은 필요할 정도로 사소한 부분까지 의견 대립이 팽팽해서 경기 판정이 미뤄지기 일쑤였다. 모든 선수들이 같은 호텔에 체류했는데, 아침마다 압박과 긴장감의 연속이었다. 인사도 막 어색하게 하고.(웃음)

하퍼스 바자 호주의 로버트 휘태커, 오카미 유신 등 UFC 신에서 잘 알려진 선수들도 만났다. 다른 나라 참가자들과 경쟁하는 경험은 어땠나?

김동현 오카미 유신은 20대 때부터 같이 운동하며 체급은 다르지만 아시아 UFC 선수로 경쟁하던 사이였다. 한때 아시아 공동 최다승을 겨룬 적도 있는데, 유신이 한 번 더 승리해 나보다 1승이 많다. 또 여기서 맞붙어야 한다니 절대 질 수 없다, 싶었다.(웃음) 참가자 리스트를 모른 채 촬영장에 갔는데, 파퀴아오를 보고선 피지컬 시리즈의 위력을 실감했다. 또 태국 무에타이 레전드인 슈퍼본 선수도 촬영 당시엔 몰랐는데, 끝나고 찾아보니 엄청난 선수였다.

하퍼스 바자 각 미션마다 어떻게 팀원들을 적재적소에 배치했나?

김동현 지난 시즌 우승자 아모띠는 만능이다. 크로스핏 강자인 막내 승연이 역시 첫 참가이지만 금세 적응했고. 민재는 존재 자체가 든든한, 무게를 드는 분야에서 최고였다. 은실이는 기술적으로 민첩하게 대응하는 걸 너무 잘하는 선수이고, 성빈이는 순간적인 스피드와 폭발적인 힘이 엄청나다. 아무도 못 따라갈 만큼. 내가 제일 애매한데(웃음), 이번 시즌에 격투기 선수들이 많은 만큼 자주 싸우는 장면이 연출되곤 했다. 그럴 땐 내 몫을 하지 않았나 싶다.

하퍼스 바자 "경제적 자유가 생기면 운동만 하고 싶다"고 말할 만큼 신체를 단련하는 과정을 즐긴다. 꾸준히 피트니스 대회나 철인3종 경기 등에 참여하는 이유는 무엇인가?

김동현 좋은 데 이유가 있을까? 누군가 매일 저녁 맥주 한 잔에 행복을 느끼는 것처럼, 내가 운동을 좋아하는 이유도 마찬가지다. 어린 시절엔 이사 가면 제일 먼저 태권도장에 등록해달라 부모님을 조르는 아이였고 선수 시절엔 시합을 뛰는 것보다 매일 일정한 훈련을 하는 걸 더 좋아했다. 남들이 볼 땐 "안 힘들어?" 물을 정도로 격한 강도의 운동을 하는 과정이 나는 즐겁다. 전쟁 전 무사들이 총과 검술을 익히듯이. 아마 전생엔 군인이 아니었을까, 싶다.(웃음)

하퍼스 바자 두 시즌 연속 참가한 '피지컬' 시리즈가 남긴 것은 무엇인가?

김동현 흔히 '피지컬' 시리즈는 몸을 극한까지 쓰는 지구력 싸움이라 생각하지만, 전쟁처럼 탁월한 전술이 필요한 게임이다. 아무것도 모르는 상황에서 미션이 직전에 공개되면 상대가 어디쯤 있을지, 어떤 지형에 있을지 찰나의 순간 작전을 세워야 한다. 누구든 한 번의 판단 때문에 실수 할 수밖에 없는 구조인데, 그때 느끼는 허무함과 미안함이 너무 크다. 격투기라면 평생 해온 종목이니 확신할 수 있는 분야지만, 전혀 모르는 판에 내던져진 도전이 새로웠다. 결과를 겸허히 수용하고 자책 대신 "우리만 실수하는 거 아니니까" 하고, 금세 털고 가는 태도가 가장 중요하단 걸 배웠다.

하퍼스 바자 시즌 4 제안이 온다면 참여할 건가?

김동현 기회가 온다면 물론! 세계 1등 타이틀을 얻은 적이 없는데, 꾸준히 운동을 해서 어떤 도전에서든 50대에 1등을 하는 게 내 목표다.



재킷은 Calvin Klein Jeans.
브리프는 Calvin Klein Underwear.
팬츠는 Y/PROJECT.
장갑은 김동현 소장품.

> *"'피지컬' 시리즈는 몸을 극한까지 쓰는 지구력 싸움이라 생각하지만, 전쟁처럼 탁월한 전술이 필요한 게임이다. 아무것도 모르는 상황에서 미션이 직전에 공개되면 상대가 어디쯤 있을지, 어떤 지형에 있을지 찰나의 순간 작전을 세워야 한다."*

윤성빈

하퍼스 바자 출연 제안을 받았을 때 망설였다고.

윤성빈 결과 중심적인 성격이라 쉽사리 결정을 못 내렸다. <피지컬: 100> 시즌 1에서 스스로의 부족함도 느꼈고 국가대항전이라 더 주저했는데, 지인들의 권유로 참가를 결정했다. 어차피 한번은 해봐야 할 무대라고 생각했다.

하퍼스 바자 준비 과정은 어땠나?

윤성빈 늘 운동을 하고 있었지만, 좀 더 집중했다. 아모띠와 함께 체력 훈련을 하며 베이스를 다졌다. 어떤 미션이 나올지 모르기 때문에 결국은 버티는 힘, 체력이 중요하다고 생각했다.

하퍼스 바자 어느 종목에나 능한 '재능캐'다. 이번 팀 코리아에서는 어떤 역할이었나?

윤성빈 특정 분야에 강한 선수들이 많았다. 나는 그 사이 빈틈을 메우는 역할이었다. 축구로 치면 미드필더, 배구로 치면 리베로처럼, 필요한 곳이면 어디든 붙었다.

하퍼스 바자 개인 종목인 스켈레톤을 했던 터라 팀워크를 근간으로 한 이번 <피지컬: 아시아>가 어떻게 느껴졌을지 궁금하다.

윤성빈 팀원들과 팀장 동현이 형 덕분에 즐겁게 임할 수 있었다. 형은 팀 분위기를 잘 잡는 리더였다. 위계보다 수평적인 리더십을 추구했고, 누구나 의견을 낼 수 있었다. 나는 중간에서 흐름을 맞추는 역할을 맡았다. 아모띠는 따뜻하게 팀원을 품었고, 은실이 누나는 평정심이 뛰어났다. 제 몫의 역할을 해내는 팀원들에게 고마웠다.

하퍼스 바자 한 팀이 되었다고 실감한 순간이 있나?

윤성빈 언제라 꼬집어 말하긴 어렵다. 그냥 시간이 지날수록 말하지 않아도 통했다. 미션이 공개되면 자연스럽게 '이건 네가 해라' 하고 권할 수 있을 만큼 서로에 대해 알게 되었다. 팀원의 힘이 부족할 땐 누군가 또 뛰어나가는, 그런 흐름이 팀을 단단하게 만들었다.

하퍼스 바자 본인 강점은 뭐라고 생각하나?

윤성빈 국적을 막론하고 참가자 모두 저력이 있는 사람들이다. 피지컬로는 내가 비할 바가 못 된다. 다만 쉽게 흔들리지 않는 멘탈이 도움이 되었다고 생각한다. 예상과 다른 결과가 나와도 빨리 현실을 받아들이는 편이다. 안 되면 안 된 이유를 찾아 고치면 된다.

하퍼스 바자 그럼에도 경기 중 멘탈이 흔들릴 때가 찾아오지 않나?

윤성빈 그런 생각할 겨를이 없었다.(웃음) 쉬지 않는 게 전부다. 다들 힘든 건 똑같으니까. 포기하면 거기서 끝이니까, 속도가 늦어도 계속 움직였다. 뛰지 못하면 걸어서라도 버텼다.

하퍼스 바자 요즘 운동 루틴은 어떤가. <피지컬: 아시아>로 변한 게 있을까?

윤성빈 은퇴 전보다 후에 운동을 더 많이 한 듯하다. 보여주기 위한 몸이 아니라, 쓰임이 있는 몸을 만들고 싶었다. <피지컬: 아시아> 이후에는 강박에서 조금 벗어나려 한다. 매일의 운동 루틴은 그대로지만, 이제는 쉼도 운동의 일부라 생각한다. 친구도 만나고 다른 취미도 가지려 한다. 지금까지 열심히 해온 만큼 여한은 없다.

김민재

하퍼스 바자 3년 전 대학교 2학년 때 천하장사에 등극하며 씨름계에서 활약해왔다. 혼자 플레이어로서 겨루다 6명이 한 팀으로 참여하게 된 경험은 어땠나?

김민재 초등학교 때 친구랑 바지춤을 잡고 넘기기 놀이를 하는 게 마냥 재미있어서 씨름을 시작했다. 한국 사람들이 좀 성격이 급한 편이지 않나. 씨름 경기는 아무리 길어도 1분 안에 끝난다. 그 박진감 넘치는 상황이 매력적인 스포츠다. 평생 개인 종목 운동을 해오다 보니, 패배를 해도 혼자서 마인드컨트롤을 하며 털어내는 편이었다. 처음 도전해본 팀전은 내 한 번의 실수로 모두 피해를 보는 상황이다 보니 부담이 컸다. 반면 이기면 기쁨이 6배가 되는 순간이 진짜 짜릿했다. 한 마음 한 뜻으로 응원하는 재미를 깨달은 시간이었다.

하퍼스 바자 다른 나라와 차별화되는 팀 코리아만의 강점은?

김민재 올림픽에 임하는 마음으로 진심을 다한 것. 경기 시작 전 서로 얼굴을 보면 모두 자신의 주 종목 시합하기 직전처럼 비장한 표정이었다. 우리 팀은 승리에 진짜 간절했다.

하퍼스 바자 가장 위협적인 선수는 누구였나?

김민재 스트롱맨이라는 애칭을 가진 호주 팀 에디 윌리엄스. 씨름은 국가대항전이 없는 한국 스포츠이고, 호주 선수들은 동양인과 골격부터 다르기에 두려움이 컸다. 비주얼부터 나보다 큰 사람을 본 것도 오랜만이었다.

하퍼스 바자 포기하고 싶은 순간을 버틸 수 있던 비결은 무엇인가?

김민재 대부분의 멤버들이 이전 시즌에 참여한 적이 있는데, 나는 처음이다 보니 촬영 내내 다들 살뜰히 챙겨줬다. 첫 퀘스트에서 천하장사 결승전에서 마지막 한 판 남았을 때의 기분이 들었다. 압도적인 긴장감 속에 하루 종일 촬영하다 보니 '지금이라도 그만한다고 말할까' 싶더라.(웃음) 체중이 140kg이니 근지구력이나 체력적인 부분에서 멤버들이 염려하는 점도 많았다. 그때 동현이 형이 페이스를 조절하는 법을 하나씩 조언해주고, 은실이 누나는 근육이 뭉쳤다고 하니 발로 밟으며 마사지까지 해줬다. 멤버들의 진심을 느낀 순간이었다.

하퍼스 바자 '이건 내가 가장 잘한다'고 자신하는 점은?

김민재 무게를 들거나 옮겨야 하는 미션에서 항상 2인분의 힘은 쓴 것 같다.(웃음)

하퍼스 바자 '피지컬' 시리즈의 특징은 폭발적인 순발력으로 신체의 극한을 실험하는 미션에 있다. 씨름 이외에 도전해보고 싶은 종목을 꼽아본다면?

김민재 크로스핏은 그동안 해온 체력 훈련과 호흡이 완전히 달랐다. 온종일 하는 엘리트 스포츠 선수들의 훈련과 달리, 10~20분 만에 몇 시간 운동한 것처럼 폭발적인 힘을 쓰는 게 매력적이었다. 승연 누나와 아모띠 형의 체육관에 가서 배워봤는데, 다들 체력 좋은 이유를 바로 알 것 같았다.

하퍼스 바자 <피지컬: 아시아>가 씨름선수 김민재에게 남긴 것은?

김민재 한계를 뛰어넘을 수 있는 도전을 해본 것. 씨름 대회와는 완전히 다른 차원의 경험이라 그런지 멘탈이 성장한 것 같다. 올해 11월 네 번째 천하장사 대회를 앞두고 있는데, 한층 성장한 모습을 보여주고 싶다.

아모띠

하퍼스 바자 건강 문제로 한동안 훈련을 쉬어야 했던 시기가 있었다. <피지컬: 아시아>에 참가할 만큼 컨디션은 좋아졌나?

아모띠 시즌 2 때처럼 완전히 회복된 건 아니었다. 그래도 언제 나라를 대표해 겨뤄볼 수 있을까 싶었다. 퇴원하고 얼마 지나지 않아 제작진과 첫 미팅을 했고, 참가를 결정한 이후부터 몸을 만들기 위해 운동을 시작했다. 하루하루 조금씩 몸을 깨우는 느낌에서 출발해 점차 감을 되찾았다.

하퍼스 바자 <피지컬: 100> 시즌 2에서 우승을 한 뒤 다시 참가를 결심하기 쉽지 않았을 듯하다.

아모띠 솔직히 처음엔 '잘해야 본전이지' 싶었다. PD님이 "다른 사람이 그 자리에 앉아 있는 걸 집에서 보면 엄청 아쉬울 거다"라고 하시는데, 그 말에 바로 결심이 섰다.(웃음) 몸 상태는 완벽하지 않았지만, 이 무대에 다시 서야겠다는 생각이 들었다.

하퍼스 바자 시즌 2에 임할 때와 어떤 차이가 있었나?

아모띠 혼자 싸울 땐 내 컨디션만 챙기면 된다. 하지만 팀전은 다르다. 누군가 조금만 지쳐도 전체가 흔들리니까. 이번엔 내 몸보다 팀의 호흡을 먼저 챙기려 했다. 팀이 잘 굴러가게 도와주는 게 내 역할이었다.

하퍼스 바자 인터뷰를 할수록 팀 코리아의 강한 응집력이 느껴진다.

아모띠 그게 이 팀의 매력이었다. 누가 시킨 것도 아닌데 자연스럽게 서로를 챙겼다. 동현 형은 늘 중심을 잡아줬고, 은실이는 침착하게 정리를 잘했다. 승연이는 막내지만 묵묵히 자기 역할을 다했고, 민재는 진짜 '힘의 상징'이었다. 성빈이는 폭발력 있고 집중력도 좋았다. 나는 그 사이에서 연결고리 역할을 했다. 분위기를 읽고, 필요한 부분을 채우는 게 내 일이라고 생각했다.

하퍼스 바자 김동현 선수와는 두 시즌 연속으로 함께했다. 서로를 잘 이해하게 되던가?

아모띠 지난 시즌엔 경쟁자로 만났는데, 같은 팀으로 만날 수 있어서 좋았

다. 형이랑 나는 좀 '호들갑 듀오'였다. 긴장되면 서로 호들갑 떨고, 옆에서 성빈이는 "형들 진정하세요" 하고 말리고.(웃음) 그래도 형은 늘 똑같다. 자기보다 팀을 먼저 생각한다. 나는 형이 중심을 잡을 때 옆에서 에너지를 불어넣는 역할이었다. 리더와 서포터의 밸런스가 딱 맞았다.

하퍼스 바자 지난 시즌 우승자로서 유리한 지점도 있었나? 경기 흐름이나 미션 운영을 읽는 감각이 도움이 됐을 듯하다.

아모띠 우승을 하며 마지막으로 "세상에 정말 강한 사람은 많다"고 말했던 게 기억난다. <피지컬: 아시아>를 통해 각국의 센 사람들이 모두 모이니 나는 오히려 부족한 것 투성이더라. 그럼에도 늘 힘들 때마다 팀원들이 "괜찮아, 잘하고 있어!" 외쳐줬다. 그 말이 그렇게 힘이 되더라. 누군가 옆에서 나를 의심 없이 믿어준다는 게 큰 에너지였다. 또 어느 순간부터 서로 말하지 않아도 움직임이 맞아떨어졌다. 그때부터 '이 팀이면 뭐든 해낼 수 있겠다'는 확신이 들었다. 각자 종목도, 성격도 다른데, 신기하게 호흡이 잘 맞았다.

하퍼스 바자 촬영이 끝난 뒤에도 여전히 팀원들과 자주 만난다고 들었다.

아모띠 맞다. 지금도 자주 만나 함께 운동을 한다. 특별히 뭘 안 해도 그냥 편하다. 군대 동기 같은 느낌이랄까. 오랜만에 봐도 어제 본 사람들 같고, 서로에게 좋은 자극이 된다. <피지컬: 아시아>를 통해 가족 같은 동료들을 얻었다.

하퍼스 바자 다음 시즌 제안이 온다면?

아모띠 글쎄, 또 한다면 이 멤버들이랑 다시 하고 싶다. 같은 팀이면 그 어떤 미션도 버틸 수 있을 것 같다.

최승연

하퍼스 바자 18살에 처음 크로스핏에 입문해 국내는 물론 크로스핏 아시아에서 1위를 차지하며 두각을 드러내왔다. 명성에 대한 부담이 뒤따를 법도 한데, 팀 코리아의 막내로 참여하게 된 계기는 무엇이었나?

최승연 '때가 왔구나' 기회다 싶었다.(웃음) 그럼에도 참가 결정을 쉽게 못 내렸다. 새로운 무대에 대한 부담도 컸고, '혹여 팀에게 피해를 끼치진 않을까' 스스로에 대한 의심에 망설인 순간도 길었다. 그럼에도 되돌아보니 참가하길 정말 잘했다는 생각이 든다. 배운 게 많다.

하퍼스 바자 퀘스트마다 어떤 종목이 등장할지 모르는 룰 덕분에 크로스핏 선수에게 유리하다는 반응도 뒤따른다. 실제 크로스핏 선수로서의 경험이 이번 무대에 어떻게 도움됐나?

최승연 다양한 종목이 나오는데 전날 혹은 당일에 안내된다. 분명 자신 있는 부분도 있었다. 반면 크로스핏은 짧고 강하게 몰아붙이는 운동이라 전혀 다른 방향도 존재했다. 지난 시즌을 보니 상대와 몸을 부딪히는 미션도 있고, 순간적인 폭발력보다 버티는 힘도 중요했다. 그렇기에 참가 전부터 훈련량을 높이기도 했다.

하퍼스 바자 팀 안에서는 어떤 역할을 맡았나?

최승연 체력 중심의 미션을 주로 맡았다. 원래 버티는 걸 잘한다. 스스로 "포기하지 마"라는 이야기를 수십, 수백 번 했다. 포기하고 싶을 때도 언니, 오빠들을 생각하면서 버틴 순간이 많았다. 막내인 나를 다들 진심으로 챙겨줬다.

하퍼스 바자 성별, 종목을 초월해서 하나의 팀으로 끈끈하게 뭉친 걸 확인한 순간은?

최승연 촬영에 들어가기 전 동현 오빠의 주도 아래 다 같이 모여 운동을 했다. 이후에 촬영으로 미션이 반복될수록 자연스럽게 호흡이 맞았다. 성향은 달라도 목표는 같았다. 특히 동현 오빠는 주장으로서 항상 분위기를 편하게 만들어줬다. 또 미션을 하고 있을 때면 "우리 모두 너를 응원하고 있다"며 힘을 북돋아줬다. 타고난 리더 재질이다.(웃음) 또 체력적으로 한계를 느낄 때면 팀원들이 뛰어들어 주기도 했다. 팀과 팀원이 경기력에 정말 중요하구나를 느꼈다. 혼자였다면 절대 못 버텼을 순간이 많다.

하퍼스 바자 해외 선수들에 대한 첫인상은 어땠나? 예고편 댓글들을 보니 기골이 좋은 몽골 팀에 대한 대중의 기대도 크더라.

최승연 매니 파퀴아오, 피나 필립처럼 유명한 선수들을 실제로 마주하니 처음엔 긴장도 많이 됐다. 또 댓글처럼 체구가 좋은 선수들을 볼 때 떨리기도 했고, 그래도 괜찮았다. 우리에겐 민재가 있었으니까.

하퍼스 바자 <피지컬: 아시아>가 남긴 단 하나를 꼽아본다면.

최승연 정신력 그리고 팀원의 중요성이다. 팀 종목에 도전해보고 싶은 마음이 생겼을 만큼 의미가 깊다. 처음엔 새로운 무대에서 어디까지 할 수 있는지 시험해볼 요량이었다면, 지금은 함께 완성하는 것의 강함을 배웠다.

장은실

하퍼스 바자 〈피지컬: 100〉 시즌 1에서 레슬러로서 엄청난 신체 기량과 뛰어난 리더십을 보이며 인상적인 활약을 했다. 그만큼 팀 코리아로의 합류 제안은 의미가 남달랐을 듯하다.

장은실 감격스러웠다. 시즌 1을 경험한 참가자로서, 다시 그 무대에 설 수 있다는 게 믿기지 않았다. 동시에 부담도 컸다. 이전보다 나은 모습을 보여주고 싶었다.

하퍼스 바자 개인전이었던 지난 시즌과는 임하는 마음가짐부터 다를 수도 있었겠다.

장은실 맞다. 개인이 아니라 '한국 대표'였기 때문에 책임감이 훨씬 컸다. 부담이 거의 500%였다. 잘해도 본전이고, 못하면 질타를 받을 수 있는 거니까. 그래도 '팀에 누가 있든, 누구와 싸우든 나부터 최선을 다하자'는 생각이었다.

하퍼스 바자 준비 과정에서 특별히 신경 쓴 부분은?

장은실 시즌 1 때 공 빼앗기 미션이 인상적이었다. 다시 비슷한 미션이 나올 수도 있겠다고 생각해서 체력과 밸런스 훈련을 집중적으로 했다. 또 격투 종목을 하는 사람으로서 몸싸움에서는 절대 밀리지 말자고 다짐했다.

하퍼스 바자 실제 레슬링 선수로서의 경험은 도움이 됐나? 지난 시즌들에 비추어봤을 때 기술적 판단이 경기 흐름을 좌우하는 종목도 다수였다. 특히 레슬링은 이러한 감각이 탁월한 종목인데.

장은실 레슬링 기술을 익히다 보면 상대의 중심을 무너뜨리는 감각, 기선을 제압하는 타이밍 같은 게 몸에 자연히 배어 있게 된다. 또 경기 운영을 읽는 능력도 도움이 됐다. 미션 때 상대의 움직임을 읽고, 어디서 버텨야 할지 판단이 빨랐다.

하퍼스 바자 각기 다른 종목을 연마해온 팀원들이 모인 터라 전술적 포지션도 궁금하다.

장은실 각자 잘할 수 있는 포지션, 생각하는 전술 등을 이야기했고 리더인 동현 오빠의 결정에 따라 일사불란하게 움직였다. 상황에 따라 아모띠가 리더 역할을 대신하기도 했지만 단합만큼은 늘 같았다. 나는 막내도 리더도 아닌 중간에서 분위기를 조율하는 역할을 맡았다. 필요할 땐 말로 정리하고, 비는 부분은 스스로 채우려 했다. 약하다는 생각이 들어도 팀에 피해를 주지 않으려 더 움직였다.

하퍼스 바자 다른 나라 팀과 처음 마주했을 땐 어땠나?

장은실 처음엔 '호랑이 굴에 들어온 것 같다'는 생각이 들 정도로 긴장됐다. 다들 자기 나라를 대표하니까 팽팽했다. 그래도 각국 분위기가 달라서 흥미로웠다. 몽골 선수들은 힘이 좋고, 일본 팀은 전략적으로 경기 운영을 잘했다. 한국 팀은 뭐랄까? 소방관 같았다.(웃음) 강한 책임감으로 팀원에게 문제가 생기면 언제든 달려갈 준비가 되어 있었다.

하퍼스 바자 시즌 1 참가 당시, 끝까지 흔들리지 않는 집중력과 강한 멘탈이 인상적이었다. 그 원동력은 어디에서 비롯됐나?

장은실 성격이 차분한 편이라 감정 기복이 크지 않다. 늘 주어진 상황 속에서 해야 할 걸 한다. 포커 페이스를 유지하고, 감정보다는 판단에 집중하려고 한다. 경기장에선 그게 제일 중요하다.

하퍼스 바자 <피지컬: 아시아> 이후 새로운 종목에도 도전 중이라 들었다.

장은실 최근엔 주짓수랑 수영을 배우고 있다. 주짓수는 레슬링과 달리 기술적인 면이 새롭다. 체력을 위해 수영도 시작했다. 물을 무서워했는데, 이제는 대회에도 나가보고 싶다. 그 무엇보다 놀라운 건 레슬링이 더 재밌어졌다는 거다. 이번 참가를 통해 여성 레슬링 선수로서 자부심도 느꼈고 감격스럽기도 했다. 터키와 일본의 레슬링 올림픽 메달리스트들과 직접 맞붙는 경험 속에서 많은 걸 배우며 레슬링을 더 사랑하게 됐다. 요즘은 초심을 자주 떠올린다. B

에디터/ 안서경(김동현, 김민재) 프리랜스 에디터/ 유승현(윤성빈, 아모띠, 장은실, 최승연)



헤어/ 이슬아(김동현, 윤성빈, 장은실, 최승연), 장하준(아모띠, 김민재)
메이크업/ 박차경(김동현, 윤성빈, 장은실, 최승연), 장하준(아모띠, 김민재)
스타일리스트/ 이명선
어시스턴트/ 정지윤
디자인/ 이진미

좋은 안녕



모든 것을 쏟아낸 뒤 남는 건 고요였다. 그 고요 속에서 화사는 자신을 들여다봤고,
진짜 사랑을 배웠다. 찬바람이 부는 계절, 이제 화사는 '좋은 안녕'을 노래한다.
그녀의 안녕은 슬프지 않다. 아름답다.

Photographer Lee Sojung *Editor* Kim Hyunguk



왼쪽 페이지: 브라렛은
스타일리스트 소장품.
오른쪽 페이지: 니트 후디, 실크
스커트는 Nuuanu. 바닥에 놓인
슈즈는 Fendi. 컬러 타이츠는
스타일리스트 소장품.



니트는 Fabiana Filippi.

하퍼스 바자 무대와 스포트라이트에서 잠시 물러난 요즘, 어떤 시간을 보내고 있나요?

화사 올해는 해외 팬들을 만날 기회가 많았어요. 생각해보니 제가 솔로로 활동한 시간은 많지 않더라고요. 아직 단독 콘서트도 해본 적이 없고요. 그래서 이번에는 '라이브 투어'라는 이름으로 해외 팬들을 직접 찾아갔어요. 오롯이 제 목소리로, 제 무대를 채워나가는 시간이었죠.

하퍼스 바자 혼자 무대에 오르는 경험은 어땠나요?

화사 솔직히 많이 힘들었어요. 그룹으로 설 때는 부담이 나눠지지만, 솔로는 모든 걸 혼자 감당해야 하잖아요. 무대의 책임도, 감정의 온도도 전부 제 몫이니까요. 두려움이 컸지만 그걸 하나씩 돌파하면서 스스로 단단해지는 걸 느꼈어요. 힘들지만, 그 안에서 분명히 성장하고 있다는 걸 알았죠.

하퍼스 바자 데뷔한 지 꽤 시간이 흘렀는데도 여전히 어려운 부분이 있군요.

화사 그럼요. 인생도 그렇잖아요. 아무리 오래 살아도 여전히 처음인 순간들이 있는 것처럼 무대도 마찬가지예요. 아무리 많이 서도 새로운 무대에서는 늘 떨려요. 그건 어쩌면 당연한 일인 것 같아요.

하퍼스 바자 왜 그럴까요?

화사 진심이어서요. 잘하고 싶다는 마음이 크니까요. 팬들을 만날 때마다 느껴요. 저를 믿고 응원해주는 분들이 있다는 게 얼마나 큰 힘이 되는지. 그래서 무대에 오를 때마다 감사하고, 그 마음이 늘 진심일 수밖에 없어요.

하퍼스 바자 오랜만에 신곡 발매를 앞두고 있는 지금, 자신을 어떻게 정리하고 있었는지 궁금해요.

화사 거의 1년을 이 한 곡에 매달렸어요. 아마 지금까지 만든 곡 중 가장 마음고생이 심했던 곡일 거예요.

하퍼스 바자 왜 그렇게 힘들었을까요? 진심이어서요?

화사 맞아요. 그 진심 때문이었어요. 이번엔 정말 완벽하게, 진짜 제 감정을 담고 싶었어요. 그러다 보니 작업이 길어졌죠. 감정을 꾹꾹 눌러 담은 곡이에요. 그래서 곡이 세상에 나왔을 때, 오히려 허무함이 찾아오기도 했어요. 제겐 너무 특별한 곡인데, 누군가에겐 스쳐 가는 노래일 수도 있잖아요. 저한테는 이 노래가 마치 자식 같아요. 정말 자식 키우는 마음으로 이 곡을 길러냈어요.

하퍼스 바자 그 과정이 1년이나 걸렸군요.

화사 'Good Goodbye', '좋은 안녕'이라는 단어가 피부로 와닿기까지 오랜 시간이 걸렸어요. 그 감정을 정확히 느끼고, 멜로디와 가사로 옮기는 게 쉽지 않았거든요. 신중했고, 고뇌했고, 제 감정을 뜯어 헤치듯 계속 되돌아보는 시간이었어요. 결국 그 시간이 제 안을 한층 깊게 만들어줬던 것 같아요.

하퍼스 바자 앨범 제목처럼 굿 굿바이, 좋은 안녕, 좋은 이별이 가능하다고 생각하나요?

화사 예전엔 저도 궁금했어요. 사랑했던 사람과의 이별이 '좋은 안녕'이 될 수 있을까? 그런데 저는 감사하게도 그런 이별을 경험했어요. 마지막까지 서로를 응원해 줬거든요. 그때 알았어요. 이별도 사랑이구나. 나를 떠나도, 그 사람이 잘 살길 바라는 마음. 그게 진짜 사랑 아닐까요.

하퍼스 바자 이별이라는 주제를 이렇게 따뜻하게 표현한 건 화사 씨라서 가능한 것 같아요.

화사 사랑의 모든 과정을 한 곡 안에 담는다는 건 정말 어려운 일이에요. 그 긴 시간을 어떻게 다 표현할 수 있겠어요. 그래서 저는 굳이 설명하지 않기로 했어요. "우린 권태로워졌고, 나는 네가 싫어졌고" 같은 식으로 표현하지 않았어요. 대신 우리의 아름다웠던 추억, 세상에서 내 편이 되어준 사람, "나는 펑펑 울었어. 이제는 너를 응원할게. 잘 가." 그런 마음으로 썼어요.

하퍼스 바자 가사를 쓰면서 이별의 순간을 계속 떠올려야 했을 테니, 더 힘들었을 것 같아요.

화사 그랬죠. 너무 힘들면 사람은 오히려 그 감정을 외면하게 되잖아요. 저도 그랬어요. 그래서 그 시기엔 오히려 더 밝게 살았어요. 자신을 지키기 위해서였던 것 같아요. 그런데 이 곡을 만들면서 결국 외면했던 감정들을 마주하게 됐어요. 피하려던 것들을 하나씩 꺼내 보게 되더라고요.

하퍼스 바자 어떻게 보면, 그 작업이 감정을 극복하는 과정이기도 했겠네요.

화사 맞아요. 일기를 쓰는 기분이었어요. 어떤 날은 명상 같기도 했고요. 사실 원래 발매하려던 시점보다 미뤄졌어요. 'Good Goodbye'는 선선한 계절에 잘 어울리는 곡이거든요. 지금 와서는 참 다행이에요. 그때는 막막했지만, 지나고 보니 다 이유가 있었던 것 같아요.

하퍼스 바자 발매가 미뤄진 게 오히려 좋은 결과로 이어졌네요.

화사 그렇죠. 'Good Goodbye'라는 메시지에 대해 오랫동안 생각할 시간을 갖게 됐으니까요. 그만큼 내면을 많이 들여다봤어요. 감정을 충분히 묵힐 시간이 필요했던 것 같아요. 그래서였을까요, 뮤직비디오 촬영이 끝나고 나서 현장에 있던 모두가 말없이 눈빛이 먹먹해졌어요. 저에겐 올해 두 번의 벅찬 순간이 있었는데, 하나는 미주 투어가 끝나고 비행기 안에서였어요. 한 달간 팬들과 함께한 시간이 너무 벅차서, 돌아오는 비행기 안에서 펑펑 울었어요. 또 한 번은 말한 대로 이 곡의 뮤직비디오 촬영이 끝난 뒤였어요. 같은 감정이 밀려오더라고요.

하퍼스 바자 모든 걸 진심으로 느끼는 사람은 그만큼 많이 아프기도 하죠.

화사 그러게요. 하루하루가 벅차지만, 이상하게 행복해요. 시작이 중요하다고들 하지만, 저는 끝이 더 중요하다고 생각해요. 끝맺음이 좋지 않으면, 결국 상대를 미워하게 되잖아요. 이젠 저도 조금은 의연하게 '좋은 안녕'을 할 수 있게 된 것 같아요. 그래서 이번 곡이, 그동안 '아름다운 이별'이라는 말을 이해하지 못했던 분들에게 꼭 가 닿았으면 해요.

하퍼스 바자 발라드를 선택한 데에는 특별한 이유가 있었을까요?

화사 저에게도 큰 도전이었어요. 늘 강렬한 퍼포먼스와 음악으로 무대에 섰으니까요. 하지만 제 안에는 여러 모습이 있어요. 이번 곡은 '화사'보다 '안혜진'으로서 부른 노래예요. 화려한 무대 위의 화사가 아니라, 한 사람으로서 솔직하게 편지를 쓰듯 곡에 마음을 담았어요.

하퍼스 바자 곡 작업 과정에서 가장 오래 붙잡고 고민했던 부분은 멜로디였나요, 가사였나요? 아니면 본인의 감정이었나요?

화사 가사였어요. 처음부터 막막했죠. 제 감정을 표현할 단어가 도무지 떠오르지 않았거든요. 그래서 생각을 정리하려고 여행도 다녀오고, '왜 이렇게밖에 못 쓰지?' 하며 수백 번을 고쳤어요. 그런데 의외의 순간, 갑자기 단어들이 툭툭 흘러나오는 날이 있더라고요. 막상 써보면 별것 아닌데, 그게 좋았어요. 거창한 말보다 그냥 제 안에서 자연스럽게 흘러나온 말들이 더 진심 같았어요.

하퍼스 바자 그렇게 완성된 가사는 어떤 부분인가요?

화사 이별했을 때의 저를 돌아봤어요. 처음엔 구질구질하게 미워도 하고, 속으로 욕도 했는데, 시간이 지나니까 조금은 성숙해진 제 모습이 보이더라고요. 그래서 그 감정을 '우아할 거야'라고 표현했어요. "안녕, 우리를 아프게 하지만 우아할 거야. 나 땅을 치고 후회하도록 넌 크게 웃어줘. 굿바이". 후렴구 부분인데, 덤덤하지만 제 마음을 가장 솔직하게 담은 문장이에요.

하퍼스 바자 음악할 때, '무대 위의 화사'를 더 상상하나요, 아니면 '노래를 듣는 사람'을 더 상상하나요?

화사 음악할 때는 늘 제가 우선이에요. 제가 만족하지 않으면, 아무리 다른 사람들이 좋다고 해도 그 노래에 애정이 생기지 않아요. 반대로 제가 정말 만족스러운 곡이라면, 음원 성적이 기대만큼 나오지 않아도 흔들리지 않죠. 결국 음악은 제 진심이 닿아야 살아 있는 것 같아요.

하퍼스 바자 화사 스스로가 정의하는 '화사다움'은 어떤 결을 가지고 있나요?

화사 어렵네요. 지금의 저를 굳이 표현하자면 '보통의 여자'라고 할게요. 이 나이에 할 수 있는 사랑을 하고, 이별을 겪고, 감정적으로 흔들리는 평범한 사람 중 한 명. 지금의 저는 그래요.

하퍼스 바자 <멍청이> <마리아> <Guilty Pleasure> <I Love My Body> <O> 등 이전 앨범들을 돌아보면, 특유의 색깔이 느껴져요. 지금 화사의 음악은 어디를 향해, 어떤 궤적을 그리며 흘러가고 있을까요?

화사 예전에는 명확했어요. 올해는 이렇게, 내년에는 저렇게. 분명한 궤적이 있었죠. 그런데 인생이 늘 계획대로 흘러가진 않더라고요. 완벽하게 세운 계획일수록 어딘가에서 틀어지고, 욕심이 생기면 힘이 들어가고, 결국 마음에 병이 생겼어요. 이제는 흐름에 맡기려고요. 제 에너지를 믿고, 흘러가는 대로 두는 법을 배우는 중이에요.



롱 슬리브 톱은 Nuuanu. 가터
타이츠는 Colocynth. 브라렛,
스커트는 스타일리스트 소장품.

니트 집업은 Wellbeing Express.
팬츠는 Recto.







어깨에 걸친 스웨트셔츠는
The Attico. 탱크톱은
Loadingroom. 팬츠는 Recto.





하퍼스 바자 '파격적이다' '자유롭다' '솔직하다'는 수식어가 늘 화사를 따라다닙니다. 그 수식어들은 화사에게 날개인가요, 아니면 때로는 짐처럼 느껴지나요?

화사 날개였어요. 가끔은 어깨가 무겁게 느껴질 때도 있지만요. 저는 어렸을 때부터 정해진 선이 없는 사람이었어요. "왜 안 돼? 이렇게 하면 되잖아!" 물음표에는 항상 느낌표가 따라붙었고, 그 거침없는 추진력이 지금의 저를 만들었죠. 그런데 요즘은 조금 달라졌어요. 모르고 싶은 것도 있고, 아무것도 하지 않고 싶은 순간도 생겨요. 부정적인 감정이라기보다, 쉼이 필요한 시기인 것 같아요.

하퍼스 바자 지금은 '그럴 수도 있겠네'라고 생각하게 됐군요.

화사 맞아요. 예전엔 정말 직진이었어요. 그래서 부딪히는 일도 많았고요. 이제는 타협이란 걸 배운 것 같아요. 유연해졌어요. 그게 싫지 않아요. 지금의 저는, 좀 더 둥글어진 사람이에요.

하퍼스 바자 그래서 지난 앨범 제목이 <O>였던 건가요?

화사 맞아요. <O>는 제가 그린 세상이자, 제 안의 유연함이에요. 원처럼 흘러가고 싶었어요. 각진 부분을 조금씩 깎아내고, 둥글게 돌아가는 것. 그게 지금의 화사예요.

하퍼스 바자 화사는 강인함의 아이콘이지만, 이야기를 해보니 내면은 여린 사람처럼 느껴져요. 두려움이나 약해지는 순간, 그 감정은 어떻게 다스리나요?

화사 저는 울어요. 울어야 강해져요. 참으면 병이 되잖아요. 울 때는 제 감정과 정면으로 마주해요. 그래서 어릴 때부터 화가 나면 울고, 억울하거나 슬프면 울었어요. 울고 나면 머리가 맑아지고, '이제 뭘 하면 될까?' 침착하게 생각이 정리돼요.

하퍼스 바자 하지만 운다고 상황이 해결되지는 않잖아요.

화사 제 감정은 해결돼요. 상황은 그대로일지 몰라도, 그 상황을 해결할 수 있는 용기가 생기죠.

하퍼스 바자 지금의 화사를 만든 데에는 눈물의 지분이 높군요.

화사 그렇죠. 센 화사는 빛보다 그림자 쪽에 가까운 사람 같아요. 눈물이 있었기에 웃을 수 있고, 흐림이 있었기에 맑음의 가치를 알게 됐어요. 그 과정이 저를 단단하게 만들었고, 덕분에 행복의 무게도 더 깊게 느낄 수 있었어요.

하퍼스 바자 이제 신곡 발표까지 2주 정도 남았네요. 기분이 어때요?

화사 조금은 기진맥진한 상태예요.(웃음) 너무 힘들어요. 얼른 발매됐으면 좋겠어요. 활동이 끝나면 조용한 곳으로 잠시 떠나고 싶어요. 저는 매년 제주도에서 한 달 살기를 해요. 차를 빌려서 섬 곳곳을 돌아다니죠. 아마 몇 분은 저를 본 적 있을지도 몰라요. 고깃집에서 혼자 삼겹살 구워 먹는 모습을.(웃음)

하퍼스 바자 혼자서 제주도라니, 심심할 텐데.

화사 심심해요. 그래서 좋아요. 인생에는 그런 시간도 필요하잖아요. 늘 자극적인 일상에서 가끔은 힘을 빼고, 조용히 멈춰서 나를 들여다보는 시간. 그런 시간을 보내면 다시 서울로 돌아왔을 때, 일상과 사람들의 소중함이 더 크게 느껴져요.

하퍼스 바자 맞아요. 빛과 어둠이 함께 있어야 세상이 완성되는 것처럼요.(웃음) 오늘 너무 진지한 이야기만 한 것 같아요. 마지막으로 화사의 귀여운 TMI를 들려주세요.

화사 요즘엔 거의 매일 달려요. 어제도 한강을 5km 정도 뛰었어요. 달릴 때는 '힘들다'는 생각밖에 안 들어요. 근데 그게 좋아요. 요즘은 우는 대신 달리는 것 같아요. 그 시간엔 머리도, 마음도 비워지거든요. 내일도 뛸 거예요. 그리고 식단을 위해 호밤고구마를 먹어요. 호박고구마의 촉촉함과 밤고구마의 퍽퍽함이 섞인 그 미묘한 식감이 너무 좋아요. 그리고 흑임자바나나 우유도 좋아해요. 어느 카페에서 처음 마셨는데, 그 뒤로는 그것만 찾아요. 어느 가게인지는 비밀이에요.(웃음) **B** 인터뷰/ 박한빛누리

스웨터는 Fabiana Filippi.
슬립 드레스는 Self-Portrait.
슈즈는 Cos.

헤어/ 김우주
메이크업/ 김도하
스타일리스트/ 김민
어시스턴트/ 오유진
디자인/ 이예슬



2025 까멜리아 수상자 스페셜 토크에서 발언 중인 실비아 창.

ACROSS CINEMA

제30회 부산국제영화제에서 발견한 동시대 영화산업을 향한 지극한 헌사.
샤넬은 까멜리아상과 아시아영화아카데미를 통해 과거와 오늘을 아우르는 동시에 내일을 향한 움직임을 모색했다.





실비아 창이 제작자로 참여한
영화 <타년타일> 스틸 컷.

영화라는 삶, 실비아 창

실비아 창의 삶은 지난 50여 년간 한순간도 영화 곁을 떠난 적이 없다. 1970년대부터 꾸준히 연극 무대에 서고 100여 편의 영화 촬영 현장에 머문 배우이자, 홍콩과 대만, 말레이시아 등 아시아 전역을 넘나들며 신인 감독을 지원해온 프로듀서이자 각본가. 그리고 서로 다른 나이대 여성의 삶을 조명한 영화 <20 30 40>, 할머니와 어머니, 딸까지 중국 근현대사 속 삼대 이야기를 다룬 <상애상친: 여자 이야기> 등 15편의 영화를 통해 여성의 삶을 내밀히 그려온 감독. 실비아 창은 올해 배우 허광한의 복귀작으로 주목받은 <타년타일>의 제작자로 부산을 찾았다. 그의 지난 시간을 톺아보면, 여성 영화인을 기리는 샤넬 까멜리아상의 수상자가 그녀라는 사실에 이견을 제기하긴 어려울 것이다. 까멜리아상은 2024년 부산국제영화제와 샤넬이 영화산업 내 여성의 지위와 문화적 기여를 조명하기 위해 공동 제정한 상이다.

수상이 이루어진 개막식 며칠 뒤 열린 스페셜 토크에서 그는 일흔이 넘은 나이에도 호기심 어린 눈빛으로 이렇게 말했다. “우리 삶을 계속 공부할 수 있는 게 영화가 지닌 매력이 아닐까요? 50년 넘게 일해오며 언제 은퇴하냐는 질문을 종종 받지만 그건 제 삶에 없는 단어입니다.(웃음)” 이어지는 실비아 창의 말에는 영화 안에서 일생을 살고 살아갈 예술가의 단단한 확신이 서려 있다.

하퍼스 바자 까멜리아상의 두 번째 수상자로 선정되었습니다. 방금 스페셜 토크에서 관객들과 다양한 이야기를 나누셨죠. 소감이 어떤가요?

실비아 창 "좋은 이야기를 더 많은 사람과 나누기 위해 영화를 찍는다"는 제 오랜 소명을 잃지 말라는 뜻에서 주신 상 같아요. 감사할 따름입니다. 토크를 마치고 또렷이 기억나는 순간이 있어요. 한 관객분이 느닷없이 선물을 건네 주셨는데 나중에 알고 보니 그분이 부산국제영화제의 오랜 후원자라고 들었어요. 마음에 드는 작품이나 인물에게 선물을 건넨다고 하기에 기억에 남는 순간이었죠.

하퍼스 바자 10여 년 전 지아장커 감독의 <산하고인>으로 부산국제영화제를 방문했을 때 뉴커런츠 부문 심사위원을 맡기도 했을 만큼 이 영화제와의 인연이 각별하죠. 다시 찾은 올해 부산에서는 어떤 인상을 받았나요?

실비아 창 가장 눈에 띄는 변화는 영화제를 찾은 여성 감독과 프로듀서, 스태프가 훨씬 많아졌다는 점입니다. 이른 아침에도 극장 인근 카페에 가면 정말 많은 여성 영화인과 애호가들을 만날 수 있었어요. 토크, 미팅, 컨퍼런스 등 다양한 행사에 활기차게 참여하는 모습이 인상적이었죠. 앞으로 여성 영화인들이 더욱 많아질 거라는 확신이 들었습니다.

하퍼스 바자 하반기 국내 개봉 예정인 영화 <타년타일>의 제작자로 이번 영화제에서의 일정을 소화하셨죠. 영화는 지진으로 시간과 중력이 뒤바뀌며 나뉜 두 세계에서, 제약을 거슬러 사랑에 빠지는 연인의 이야기를 다룹니다.

실비아 창 3년에 걸쳐 제작한 영화이고, 감독 쿵시우핑은 이번이 첫 장편 데뷔작이죠. 영화관에 가는 발걸음이 줄어들고 OTT 콘텐츠가 범람하는 요즘 같은 환경에서, 빛나는 젊은 감독이 저예산 영화만 계속 찍다 보면 더 많은 관객을 만날 수 있는 물리적인 접점이 줄어들게 됩니다. 좋은 감독에게 충분한 기회를 주고 싶어 제작자로 투자를 받기 위해 노력했고, 좋은 배우를 캐스팅하기 위해서도 공을 들였습니다. (웃음)

하퍼스 바자 에드워드 양의 데뷔작 <해탄적일천>에 주연으로 출연하는 등 이제는 거장이 된 감독들의 처음을 함께해왔고, 배우이자 제작자로서 오랜 시간 신인 감독과 배우를 지원하는 데에 힘써왔습니다. 신진 영화인들과의 협업을 추구하는 이유는 무엇인가요?

실비아 창 젊은 시절을 항상 기억합니다. 선배들의 지원이 없었다면 결코 지금의 제가 될 수 없었을 거예요. 신진 영화인들에게 가장 중요한 것은 기회죠. 자신을 증명하고 세상에 보여줄 수 있는 작업의 기회. 물론 미래는 제 손이 아니라 본인들에게 달려 있지만, 첫 기회만큼은 언제나 결정적입니다. 대규모 프로젝트를 지원하고 싶었던 이유는, 많은 젊은 감독들이 일종의 안전지대, 아니 함정에 빠지는 걸 목격했기 때문입니다. 예산 때문에 자신의 성장 과정에 관한 이야기를 반복하게 되는 거죠. 결국 시야가 좁아지고 국제 무대의 영화인들과 경쟁할 수 없게 됩니다. 전 그들이 더 용감해지고, 더 큰 상상력을 펼치며, 진정 탐구하고 싶은 것을 과감히 시도하길 바랐어요. 그래서 이번에는 완전히 새로운 것에 도전하는 과감한 모험을 한 겁니다.

하퍼스 바자 영화뿐만 아니라 다방면의 예술 창작자들을 위해, 1988년 일찍이 고쉬 재단(Gosh Foundation)을 설립해 문화 교육 프로그램도 운영해왔습니다. 특별한 계기가 있었나요?



영화의전당 소극장에서 '실비아 창의 영화와 삶'이라는 주제로 열린 2025 까멜리아 수상자 스페셜 토크 현장.

실비아 창 전적으로 젊은이들이 일찍 창작을 시작할 수 있게 돕기 위해서였죠. 대학에 진학하거나 본격적으로 예술의 길을 가기 전에, 부모가 원하는 걸 하느라 부모 돈을 낭비하지 말고, 자신이 진짜 좋아하는 게 뭔지, 정말 잘하는 게 뭔지 찾아보게 만들고 싶었어요. 그 도전은 어릴 때부터 시작해야 합니다. 제가 이 캠프를 운영하는 진정한 이유입니다.

하퍼스 바자 당신이 참여한 많은 영화들은 여성이 직면한 내밀한 문제들을 탐구해왔습니다. 제작자이자 배우로 활약한 <딸의 딸>의 제작 과정이 특히 인상 깊었어요. 배아를 남겨두고 세상을 떠난 딸을 둔 엄마의 서사라는 시놉시스도 흥미로웠지만, 영화 촬영 기간 극 중 인물의 시선에서 틈틈이 글을 쓰며 <딸>이라는 책을 펴내기도 했죠.

실비아 창 허우 샤오시엔 감독이 한 신인 감독의 대본을 보여줬는데, 이야기에 매료되어 즉각 참여하기로 결정했죠. 저는 홍콩에서, 후앙시 감독은 대만에서 자주 전화를 나누며 각본을 발전시켰어요. 그사이 코로나 때문에 촬영이 지연됐는데, 몇 년 동안 감독과 너무 많은 대화를 나눈 탓에 촬영 현장을 가면 주인공이 마치 살아 있는 실제 인물처럼 너무도 생생히 이해되더라고요. 배우로서도 각별한 경험이었어요. 그 인물에 관해 떠오르는 글을 쓰기 시작했죠. 배우는 캐릭터를 이해하려 할 때 글을 쓰며 인물을 연구하는 게 가장 도움되는 방식이란 걸 깨달았습니다.

하퍼스 바자 배우로서 활동하다 1980년대부터 데뷔작 <구몽불수기>를 통해 감독으로서의 길을 병행해왔습니다. 여성 감독이 드물던 그 시기를 어떻게 견뎌왔나요?

실비아 창 어떤 일을 할 때 고민하기보다 일단 덤비는 스타일이에요. 당시만 해도 여성 배우들이 30대에는 결혼과 출산을 하고 은퇴하는 상황이 흔했어요. 전 그런 상황을 납득할 수 없었죠. 10~20대는 빛나는 청춘으로 연기할 수 있지만, 서른이 넘어야 삶에 관해 그리고 연기가 무엇인지 알 수 있을 것 같았거든요. 그 시절 제가 꼭 카메라 앞이 아니어도, 무대 뒤에서 일하는 것도 좋아한다는 걸 깨달았어요. 시나리오 작법을 배웠고, 영화를 진중하게 공부했죠. 물론 첫 번째 영화를 찍고 나서 연출 능력이 없다는 걸 즉시 깨달았습니다.(웃음) 그래서 버티고 더 공부했죠. 다른 감독들의 장점을 흡수하려 했고요. 운 좋게도, 두 번째 영화가 결과가 좋았죠.

하퍼스 바자 말씀처럼 두 번째 작품 <열정>은 성공적이었죠. 지금 어려운 터널을 지나고 있는 후배 감독들에게 건네고 싶은 말이 있나요?

실비아 창 진짜 삶을 사는 것, 그게 영화를 만드는 것보다 더 중요합니다.

하퍼스 바자 홍콩 뉴웨이브부터 대만 뉴시네마까지, 아시아 영화의 살아 있는 역사를 목격했습니다. 오늘날 영화를 둘러싼 환경은 그 시절과는 달라졌죠. 변화를 가장 체감하는 점과 여전히 변치 않은 점을 꼽아본다면요?

실비아 창 변화는 너무도 명백합니다. 영화와 영화관이 점점 사라지고 있죠. 수많은 극장이 철거되고, 그 숫자는 계속 줄어들고 있어요. 다양한 미디어와 엔터테인먼트, 각종 플랫폼이 우수한 영화인들을 빼앗아 갔기 때문이죠. 관객들의 콘텐츠 소비 방식도 달라졌고요. 영화 황금기를 경험한 축복받은 세대로서, 영화는 반드시 극장에서 봐야 한다는 주의입니다. 완전히 어두운 환경에서 타인과 함께 관람하는 일은 일종의 사회적 엔터테인먼트이고, 집 소파에서 TV 시리즈를 보는 것과 다른 차원의 경험이죠. 변치 않은 점은 아시아 대부분의 나라에서 영화 제작 산업 전반이 진정한 비즈니스로 존중받지 못하고, 제대로 된 산업으로 지원받지 못한다는 점이죠. 비극적이지만, 미래에는 창작과 문화가 사람들의 삶에서 얼마나 중요한지 더 많은 이들이 깨달을 거라는 희망의 끈을 놓지 않으려 합니다.

하퍼스 바자 미래의 여성 영화인들에게 전하고 싶은 한 문장을 꼽아본다면?

실비아 창 여정을 즐기세요.



아시아영화아카데미 멘토링 세션에 참여한 영화감독 김지운.

내일의 영화를 위한 씨앗

제30회 부산국제영화제(이하 BIFF)의 개막이 까멜리아상으로 화려했다면, 폐막은 아시아영화아카데미(이하 BAFA)의 수료생들을 비추는 자리가 되었다. '영화아카데미'라는 이름처럼, BAFA는 2005년 아시아 전역의 발굴되지 않은 영화인을 돕기 위해 설립된 기관이다. 현재까지 35개국 총 454명의 신진 영화인을 배출하며 교육 프로그램을 제공해왔다. 영화계가 코로나의 후유증을 직격으로 겪던 2022년, 110년 이상 문화와 예술에 헌신해온 샤넬 하우스의 가치를 보여주는 샤넬 컬처 펀드는 BAFA와 파트너십을 맺고 탄탄한 커리큘럼과 네트워킹 기회를 확장하는 데 주력해오고 있다.

흥미로운 대목은 영화계에서 왕성히 활동하는 감독들이 교장과 연출 멘토를 맡는다는 점이다. 올해는 BAFA의 교장을 감독 김지운이, 촬영 멘토는 <악녀> <소리도 없이>의 촬영감독 박정훈이 맡았다. 한국 영화계에서 활발히 활동하는 이들의 시선을 엿볼 수 있는 시간이었다. 약 3주간 전문 교육과 멘토링 프로그램을 들은 후 신인 감독 혹은 예비 영화인들은 단편영화를 제작하고, 그렇게 제작된 8편의 작품은 폐막식에서 공식 상영되는 기회를 얻었다. 테헤란에 남겨둔 가족과 연락이 끊기는 순간을 그리며 청년의 불안과 그리움을 담아낸 <사랑해>, 황량한 묘지를 지키던 노인이 관 속에서 되살아난 시신을 맞닥뜨리는 <노인과 무덤> 등 참신한 서사를 지닌 8편의 단편영화가 상영됐다.

특히 올해는 경쟁 부문에 초청된 BAFA 졸업생들의 활약도 도드라졌다. 로카르노영화제 피아차그란데 부문에 초청된 2007년 졸업생 타마라 스테판얀 감독의 <아르토의 땅에서>, 2019년 참여한 미술감독 샘 마낙사의 <아메바> 등을 포함해 총 14편의 작품에 프로듀서, 제작자, 감독 등으로 참여한 것. 영화산업을 위해 지원해온 창작의 씨앗이 발아한 자리였다. B 에디터/ 안서경

사진/ © Chanel, 부산국제영화제 디자인/ 이진미

TEA FLOW

다도의 시간은 느리게 흐른다. 찻자리의 고요를 담은 물건들.



1, 3, 4, 7 가장자리가 얇고 가벼워 한 손으로 따르기 편한 백태 개완, 찻잎이 우러나는 과정을 볼 수 있는 투명한 유리 티포트, 차의 적정 온도를 유지해주는 특수 유리 소재로 만든 분홍빛 찻잔, 티포트는 모두 가격 미정 Tove. **2, 5** 작은 원형 점토를 쌓아 빚은 검은 찻잔은 6만2천원, 나뭇잎 모양의 검은 다하는 8만5천원 Eastsmoke. **6, 8** 가장자리가 곡선 형태로 말린 다하는 4만원, 차에 곁들일 한 입 크기 디저트에 쓰기 좋은 티 포크는 14만원 Foh. **9** 매트한 질감과 뚜껑 손잡이를 없앤 미니멀한 디자인이 특징인 다관은 가격 미정 Herere. **10** 1인 찻자리에 알맞은 75ml 용량의 미니 다관은 13만원 Nalbit. **B** 에디터/ 고영진

사진/ 김래영 디자인/ 이진미

TALKING POINT

BAZAAR



예술과 학술 사이

생물 표본을 예술로 환원시킨 미술가.
이소요의 작품이 들어서자 화이트 큐브는 작은 실험실이 되었다.

사진/PS CENTER

심리학을 전공하고 예술과 자연과학을 연구한 미술가 이소요는 10여 년 전, 미국의 어느 의학 박물관에서 객원 연구원으로 일한 적이 있다. 그곳에서 의사와 의대생들이 제작한 인체 액침표본의 복원·보존 업무를 담당했고, 매일 마주하는 장면을 사진으로 기록했다. 곰팡이 핀 사람의 심장을 꺼내는 모습, 이를 표본으로 만들기 위해 물로 씻고 화학적 처리를 한 뒤 지지대를 만들어 병 속에 보관하는 과정까지도. 한때 이들은 귀중한 과학 자료였으나 2025년 현재는 구시대의 유물에 지나지 않는다. 보존사로서 신체에 담긴 지식이 훼손되거나 사라지지 않도록 붙들어두려 애썼던 작가는 쓸모를 다한 인체를 자연으로 흘려 보낸 뒤 남겨진 유리 용기와 마개, 라벨 같은 부산물을 기록했다. 이렇게 모인 사진과 표본들은 <원형보존>이라는 제목을 달고 전시장 안에 병치되어 있다.

나머지 두 개의 설치 작업 역시 같은 맥락으로 흐른다. <이종이식, P56>은 18세기 의학계에서 생물 표본이 실증적 자료가 아닌 의학사적 영광으로 가공되었던 사례를 비평한다. <『자산어보』, 그림 없는 자연사>는 조선 실학자 정약전이 온전히 활자로 쓴 해양생물학서 <자산어보>에 기반해 실제 해양생물을 가공해 표본 형식의 조형물로 만든 작품이다.

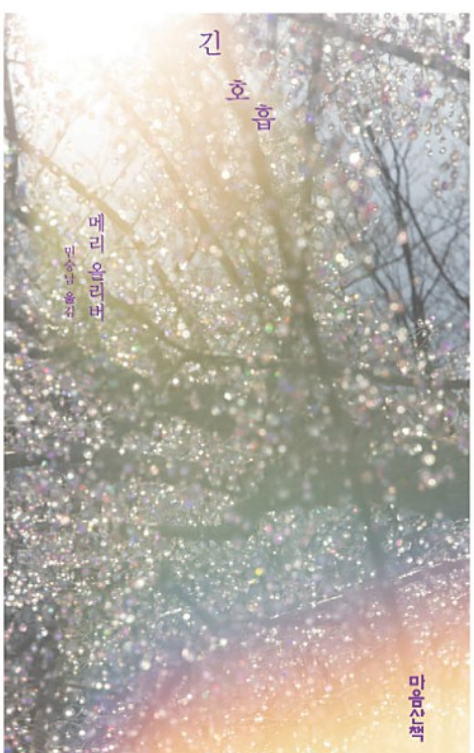
도대체 이 낯설고도 기괴한 전시를 어떻게 바라봐야 할지 당혹스러운 사람들에게 전시 제목은 길잡이가 되어준다. Annotations, 즉 주석이 해석의 가능성을 넓혀주는 텍스트라면 전시장에서는 작품이 과학적 지식이 형성되어 사회적으로 작동하는 방식을 이해하는 데 도움을 주는 시각적 주석인 셈이다. 학술과 예술, 과거와 현재, 인간과 비인간의 경계를 탐색하는 실험실 안에서 생명을 바라보는 새로운 시각을 갖게 된다. **에디터/ 고영진**

※ ≪Annotations 주 注≫는 11월 7일까지 PS CENTER에서 열린다.



느낌의 영역

마음산책이 창립 25주년을 맞아 메리 올리버의 산문집 <긴 호흡>을 새로 출간했다. 거기에 담긴 것은 반짝반짝 빛나는 생의 증거다. 글쓰기라는 이름을 붙여도 좋을.



생애 대부분을 도심에서 보내는 삶. 직업으로서의 글쓰기. 마감 기간에는 사무실에 틀어박혀 원고를 쓴다(고 적고 쥐어짠다고 읽는다). 종종 의심스럽다. 이것은 기록을 위한 기록일까. 말하자면 요즘의 내게는 시가 결핍되어 있다. 보다 구체적으로 표현하자면 메리 올리버적 세계를 주입할 필요가 있다고 느낀다. 고백하자면, 이러한 진단 또한 사후적이다. 세상에서 중요한 발견은 대부분 우연에서 비롯된다고 믿는 내게 메리 올리버와의 만남도 그랬으니까. 퓰리처상 수상 시인, "네가 누구든, 얼마나 외롭든 세상은 너의 상상에 맡겨져 있지"라는 구절. 너무 익숙하기에 펼쳐볼 생각조차 미처 하지 못했던 그의 산문집에 손이 간 건 순전히 가와우치 린코 때문이다. 벌써 10년도 넘게 그녀의 개인전을 쫓아다니고 도록을 모아온 내가 가와우치 린코의 작업을 표지로 발매한 신간을 그냥 지나칠 수는 없는 노릇이니까. 메리 올리버는 자연의 경이를 예찬한 작가로 알려져 있다. 그러나 단순히 광활한 야생의 한가운데서 안분지족을 노래하는 태도는 아니다. 가와우치 린코에게 빛이 자신과 세계를 잇는 매개라면 메리 올리버에겐 자연이 그런 존재다. 작가로서의 자신과 글쓰기 세계의 연결 고리로서.

무엇보다 작가가 스티플톱에서의 일상을 기록한 대목이 인상적이다. "언젠가 누군가가 밀레이 전기를 낼 것이며 거기엔 타인의 복잡하고, 힘겹고, 빛나는 삶에 대한 조심스럽고 배려 있는 연구를 통해 얻어낸 모든 것이 들어 있을 것이다. 그 전기는 확정적이지 않을 것이다. 그것은 최대한 진실하고 귀중할 것이다. 우리는 서로의 이야기꾼이 되어야 한다. 적어도 그런 노력을 기울여야 한다. 우리는 우리가 알지 못하는 아름다운 사람들에 대해 알고 싶어 한다. 알아야 할 필요가 있다. 하지만 그것은 하늘을 그리는 것과도 같다. 어떤 별들이 누락되거나, 잘못된 자리에 놓이거나, 잘못 해석되거나, 전혀 주목을 받지 못했을까? (…) 누구든 타인의 삶에 대해 충분히 알 수 있을까? 우리는 그러기를 희망해야 한다. 하지만 위대한 이야기를 들려주는 건 무서운 일이다. 밤이 어둡다. 나는 가공할 힘을 지닌 바람의 소리를 듣는다. 한밤중의 전화벨 소리, 이해되거나 오해될 열정적인 말들을 듣는다. 나는 심장이 몸의 문간에서 긴 돌계단을 내려가 홀로 이 세상에서 나가는 걸 느낀다."

"기록은 그게 무엇이든 내가 그걸 쓴 이유가 아닌 느낌의 체험으로 나를 데려간다"는 작가의 말처럼, 글쓰기 그 자체가 아닌 심장이 몸의 문간에서 긴 돌계단으로 내려가 세상 밖으로 나가는 순간을 떠올려본다. 비록 시로 도약하지 못하더라도 내 삶에 잔존하는 애틋한 기록들. 충분히 예찬하고 싶어졌다. **에디터/ 손안나**

사진/ PS CENTER, 마음산책

여정의 앞에서

"당신은 위대하고 대담하고 아름다운 여정을 떠날 준비가 되었나요?"
코고나다 감독의 신작 <빅 볼드 뷰티풀>이 그리는 사랑이란 머뭇거림 앞에서도 문을 여는 일이다.

결혼식장에는 사랑은 영원하다는 명제를 믿고 싶은 이들이 있고, 그렇지 않아서 마음이 부서지는 감정을 느끼는 이들이 있다. 상반된 감정을 지닌 두 부류의 사람들이 같은 공간에서 함께 시간을 보낸다는 사실이 나는 늘 흥미롭다. <빅 볼드 뷰티풀>의 각본을 쓴 세스 레이스 역시 그랬나 보다. 그는 연인과의 관계가 순탄치 못한 시기 방문한 결혼식장에서 이 영화의 처음을 떠올렸다.

행복하면 불안함을 느끼는 여자. 오랜 연인과의 관계가 끝나고 지난한 무기력을 느끼는 남자. 새라(마고 로비)와 데이비드(콜린 패럴)는 타인과 깊은 감정이 연결되는 걸 주저하며 사랑을 불안과 연관 짓는 현대인의 자연스러운 초상이다. 기시감이 드는 인물의 전형을 <애프터 양>을 만든 감독 코고나다는 낯선 감각들로 채웠다. 친구의 결혼식장을 가기 위해 데이비드가 렌터카 회사에서 오디션을 보는 장면은 흡사 첩보 장르의 장면 같고, 둘이 차를 타고 아무도 없는 도로를 달리는 건 로드무비 같다. 무구한 표정의 콜린 패럴이 고등학교 발표회에서 뮤지컬 연기를 하는 진풍경도 등장한다.

영화를 관통하는 열쇠는 '문'이다. 이제 막 서로를 알게 된 남녀는 연극의 막처럼 수많은 문을 연다. 이따금 멜랑콜리한 기분이 들 때 혼자 머무는 장소로, 약혼자와 헤어지던 순간으로, 엄마를 잃기 전 함께한 기억으로. 문을 열 때마다 둘은 지나온 삶에서 결정적인 장면으로 함께 이동한다. 코고나다의 말을 빌리자면, 문은 <이웃집 토토로>의 고양이 버스다. 처음으로 자신이 각본을 쓰지 않은 영화를 연출한 감독은 몇 차례 미야자키 하야오가 만든 일본 애니메이션에 영향받았음을 드러냈다.(영화 음악 역시 스튜디오지브리와 작업해온 작곡가 히사이시 조가 맡았다.) 디즈니가 그린 환상이 아니고, 아시아적인 감성을 살린 동화. 장대비가 쏟아지는 부감 신이 등장할 때마다, 맑디맑은 보랏빛 하늘이 아니라 안도할 수 있던 이유였다.

시공간을 넘나드는 계속되는 판타지 사이에서 인물들은 주저하고, 서로에 대한 거리를 가늠하며 현실의 균형을 맞춰간다. 마음에 콕 박히는 대사들이 오래 기억에 남았다. "사람들은 연기하며 살아요, 연기 속에 진실은 있고요. 어떨 땐 진실에 닿기 위해 연기해야 하죠." / "당신은 터프한 면을 끌어내는 사람 같아요." "괜찮은 사람은 다 그렇죠."/ "행복하려 들다간 미쳐버릴 거야. 만족하는 삶을 선택해." 영화가 끝나고 이 이야기가 묻는 "사랑의 가능성을 믿을 수 있을까?"라는 질문을 떠올려봤지만, 쉽게 답하긴 어려웠다. 누군가는 매번 망설이지만 대담하게 문을 계속 열어간다. 완벽히 타인이던 둘이 서로의 지난 삶을 끌어안고 현재를 살아가는 모습을 보는 건 아름답다는 사실을 받아들였다. **에디터/ 안서경** B

※ <빅 볼드 뷰티풀>은 10월 22일 개봉 예정이다.

사진/ 소니픽쳐스코리아 디자인/ 이진미







Harper's
BAZAAR

NOVEMBER 2025

2025년도 이제 두 달 남짓 남았다. 그 아쉬운 마음을 달래기에 부족함 없이, <바자>의 11월은 어느 때보다 풍성하다. 그 시작은 구찌의 2026 크루즈 컬렉션과 함께한 에스파(aespa)의 닝닝, 그리고 하우스의 글로벌 앰배서더인 스트레이 키즈(Stray Kids) 리노가 장식했다. 실크처럼 매끄럽고 유리처럼 단단한 닝닝의 태도, 아이돌과 20대 청년을 오가는 리노의 낯선 아름다움이 32페이지에 걸쳐 수려하게 펼쳐진다. 배우 노윤서와 함께 발렌시아가의 새로운 수장, 피에르파올로 피치올리의 첫 런웨이 쇼 순간을 포착한 화보도 눈길을 사로잡을 것이다. 눈부신 청춘의 순간들도 담겼다. 밀라노의 한 작은 학교에서 마주한 엔하이픈(Enhypen) 7명의 멤버, 어느 한낮 비밀스러운 코튼 향에 감싸인 엔믹스(NMIXX) 설윤과 지우가 그 주인공. 데뷔 20주년을 맞은 '모델테이너' 이현이의 기념비적인 패션 신도 이달의 놓칠 수 없는 하이라이트일 것. 아울러 가을, 그리고 겨울 스타일링에 좋은 가이드가 되어줄 액세서리 컬렉션에도 주목해보라. 자투리에 새 생명을 불어넣은 에르메스의 '쁘띠 아쉬' 컬렉션을 비롯해 펜디의 뉴 백과 디올의 백&슈즈, 여기에 배우 기은세가 소개하는 혜(HYE)의 스카프 컬렉션까지. 바로 지금, 가을의 끝자락에서만 누릴 수 있는 매혹적인 풍요를 아쉬움 없이 만끽하길. 에디터/ 이진선

사진/ Getty Images 디자인/ 이예슬



Always On Point



실크처럼 매끄럽고 유리처럼 단단한
닝닝의 태도 그리고 흐트러짐 없는 시선.
그 속엔 스스로를 완벽하게 조율하는
본능적인 감각이 흐른다.

Photographer Yoon Songyi
Editor Yun Hyeyoung

보 장식 톱, 미디스커트,
잉어 모티프 귀고리, 벨트, 뮬은
모두 Gucci.

더블 브레스트 재킷, 러플 장식
셔츠는 Gucci. 브라 톱은
스타일리스트 소장품.





실크 러플 톱, 미디스커트,
네크리스, 벨트, 오른손에 든 더블 G
디테일의 미디엄 톱 핸들 백, 왼손에
라지 사이즈의 '질리오' 토트백,
스웨이드 숄더백, 뮬은 모두 Gucci.



퍼프 슬리브 톱, 해마 모티프
귀고리는 Gucci.

하퍼스 바자 오늘 화보 콘셉트가 '대담한 배우'였어요. '격정' 같은 걸 보여달라는 디렉션도 있었고요.

닝닝 살면서 내가 대담한 사람이구나 싶었던 순간은 별로 없었지만 여러 감정을 표현할 수 있는 사람이라고는 생각해요. 그래서 오늘도 제가 느낀 것들을 자연스럽게 꺼내봤어요. 이런 경험은 항상 즐거워요.

하퍼스 바자 얼마 전 에스파의 신곡 'Rich Man' 트레일러에서 처음으로 연기를 해봤죠.

닝닝 에스파 멤버 모두 조금씩 연기 경험이 있지만 이렇게 각 잡고 드라마처럼 해보는 건 처음이었어요. 구교환 배우님이 본인의 경험도 얘기해주시고 동작으로도 많이 보여주셨거든요.(웃음) 모두 고생이 많았어요. 덕분에 좋은 결과물이 나온 것 같아 감사하는 마음이에요. 그리고 모국어로 연기를 하니 평소보다 감정 전달도 잘 됐던 것 같아요.

하퍼스 바자 극 중에서 "닝닝은 인내심이 대박"이라는 대화를 나눠요. 인내심이 깊은 편인가요?

닝닝 배달 음식을 시켰을 때 기다리는 동안 할 일이 있으면 괜찮은데 가끔 너무 귀찮아서 아무것도 하고 싶지 않을 때나 지루할 때는 인내심이 사라져요. 다들 그러시죠?

하퍼스 바자 볼링 치는 장면이 기억에 남아요. 멤버들과 실제로 볼링 쳐본 적은 있어요?

닝닝 데뷔 전에 멤버들이랑 같이 가고 싶어서 갑자기 예약까지 알아서 하고 다녀온 적이 있어요. 실력은 넷이 다 비슷했어요.(웃음) 전 처음 하는 운동도 빨리 배우는 편인데 체력이 좋은 편은 아니라서….

하퍼스 바자 밴드 콘셉트로 포토를 찍었을 때 키보드를 맡았어요. 만약에 밴드를 한다면 어떤 포지션을 맡고 싶나요.

닝닝 베이스요! 기타를 배운 적이 있어서 현을 다루는 게 얼마나 힘든지 알고 있어요. 묵직한 연주만큼 노래에서 베이스의 중요성이 큰 것 같아요. 베이스를 잘 치면 노래의 완성도도 그만큼 높아진다고 생각하거든요. 그래서 베이스를 치면 엄청 멋있을 것 같아요.

하퍼스 바자 음악을 만들고 가사를 쓰는 데도 관심이 많죠. 요즘 노래를 만든다면 어떤 노래를 만들고 싶은가요.

닝닝 매일 기분이 다르고 제가 서는 무대가 다른 것처럼 만들고 싶은 음악도 항상 달라져요. 음악은 참 유연하잖아요. 특정 장르를 하고 싶은 것보다 여러 악기를 써보고 싶기도 하고 다양한 무드를 만들어보고 싶어요. 언제나 R&B를 즐겨 듣지만 요즘에는 일어나자마자 명상 음악을 듣고 자기 전에는 비나 바다 소리를 들어요.

하퍼스 바자 'Rich Man'은 물질이 아닌 진정한 태도에 대한 노래예요. 꼭 지니고 싶은 마음이 있나요?

닝닝 저의 직업은 주변 사람에 의해 제가 더 잘되는 일이잖아요. 주위에 저와 에스파를 위해서 고생하고 진심으로 도와주시는 분들에게 정말 감사한 마음을 갖고 있어요.

하퍼스 바자 에스파는 매번 새로움을 불러들여요. 그런 변화를 어떻게 받아들이나요?

닝닝 에스파는 이제 어느 정도 한 장르가 되었다고 생각해요. 여러 모습 보여주는 것도 좋은데 그렇더라도 매 순간 우리만의 색깔을 보유했으면 좋겠어요.

하퍼스 바자 올해 초 북미와 유럽까지 이어진 두 번째 월드 투어 '싱크 : 패러렐 라인(SYNK : PARALLEL LINE)'에 이어 하반기도 투어로 일본, 태국 등에서 보낼 예정이에요. 1년 동안 세계를 돌아다니며 많은 감정을 느꼈을 테죠.

닝닝 투어는 진짜 힘들어요. 그래도 여러 도시에서 엄청 많은 팬들이 저희를 위해 한자리에 모이는 모습을 보면 힘든 것도 잊을 수 있어요. 팬들 앞에서 춤추고 노래하는 동안 느끼는 감정을 어떻게 한 마디로 표현하면 좋을까요? 이런 뿌듯하고 자랑스러운 감정과 투어라는 과정이 저와 우리 에스파에게 좋은 추억으로 남을 거라는 것은 확실해요.

하퍼스 바자 투어 돌 때 가장 신경 쓰는 점이 있다면.

닝닝 시차나 무대와 무대 사이의 짧은 간격 때문에 잠을 못 자고 준비해야 하는 상황이 잦아요. 그래서 수면에 항상 신경 써요. 시간이 나면 최대한 쪽잠이라도 자두려고 해요. 무대 위에서는 집중력이 가장 중요해요. 몇 시간 동안 춤추고 노래하다 보면 안 그러려고 해도 집중력이 떨어질 때가 있거든요. 무대를 보는 팬들과 내 자신을 위해서도 잘해내고 싶으니까 멘탈을 끝까지 잡으려고 노력하죠.

하퍼스 바자 곧 데뷔 6년을 맞이해요. 아직 더 나아지고 싶은 점도 있겠죠.

닝닝 6년이든 10년이든 연차와 상관없이 언제든 제 일을 열심히 집중해서 하고 싶어요. 겸손한 마음으로요.

하퍼스 바자 겨울이 되면 고향 하얼빈 생각이 많이 날 것 같아요. 고향을 생각하면 어떤 풍경이 떠오르나요.

닝닝 새해에 온 가족이 모여 집밥을 먹었던 기억이 떠올라요. 밖은 엄청 추운데 집 안은 따뜻하고 사랑하는 사람들이랑 맛있는 음식을 먹는 순간이 행복했어요.

하퍼스 바자 연말에 시간이 난다면 어디에 가고 싶나요?

닝닝 연말이 되면 많은 사람들이 놀러 나가니까 전 안 나갈래요.(웃음) 집에서 누워 있을래요. 저 진짜 계속 누워 있을 수 있어요. 배달 음식 먹고 자다 일어나서 또 먹고 자고 하고 싶어요.

하퍼스 바자 올해 초 인스타그램에 '렛츠 고고씽'이라는 게시물을 올리며 한 해를 시작했어요. 곧 다가올 2026년은 어떤 구호가 좋을지 생각해볼까요.

닝닝 올해는 정말 많은 변화가 있었고 개인적으로도 꽤 많이 성장한 것 같아요. 내년도 기대돼요. 분명 올해와는 달라져 있을 거예요. 낭만 있게 생각해보면 약간 언박싱 하는 느낌이거든요. 어떻게 될지 모르지만 새로운 시작이라는 사실만으로도 두근거리는 그 느낌이요. 내년을 맞이하는 단어는 간단하게 '뉴 페이지'로 할게요. B

인터뷰/ 박의령(프리랜스 에디터)

스트라이프 패턴 톱, 벨벳 타이츠,
해마 모티프 귀고리는 모두 Gucci.





보 장식 실크 자카드 톱,
‘구찌 시프트’ 스니커즈는 Gucci.
스타킹은 스타일리스트 소장품.

실크 자카드 톱은 Gucci.







더블 브레스트 재킷, 러플 장식
셔츠, 팬츠, 피그 모티프 귀고리는
모두 Gucci.



더블 브레스트 재킷, 러플 장식
셔츠, 팬츠, 뮬은 모두 Gucci.
브라 톱은 스타일리스트 소장품.



더블 G 디테일의 미디엄 톱 핸들
백은 Gucci.



보 장식 실크 자카드 톱,
미디스커트, 벨트, 더블 G 디테일의
미디엄 톱 핸들 백은 모두 Gucci.



해마 모티프 귀고리는 Gucci.

재킷, 러플 장식 셔츠, 피그 모티프
귀고리, 스몰 사이즈의
'시에나' 숄더백은 모두 Gucci.
스타킹은 스타일리스트 소장품.





퍼프 슬리브 톱, 벨벳 타이츠,
해마 모티프 귀고리, 뮬 힐은
모두 Gucci.

※ 화보에 촬영된 제품은
모두 가격 미정.
※ V6 미드-리어 엔진을 장착한
'296 GTS' 베를리네타 스파이더
차량은 Ferrari. 알람 시계, 화병,
테이블웨어는 모두 Cosi Tabellini.

헤어/ 윤서하
메이크업/ 조은비
스타일리스트/ 임진
네일/ 김수지
프롭 스타일리스트/
권도형(Ondoh)
어시스턴트/ 김진우
디자인/ 한상영





셔츠, 스터럽 모티프 '구찌 스타파' 목걸이는 Gucci.

In my Head

익숙하면서도 낯설다. 그리고 아름답다. 스트레이 키즈(Stray Kids)의 리노와 27살의 청년 이민호가 자유로이 공존하는 순간.

Photographer Park Jongha *Editor* Lee Jinsun

더블 브레스트 재킷, 팬츠, 귀고리,
벤치에 놓인 '구찌 사보이' 더플 백,
가방에 장식한 '구찌 베스티스
스너글리' 키링은 모두 Gucci.





포켓 디테일 재킷, 셔츠, 팬츠,
목걸이, '구찌 시프트' 스니커즈는
모두 Gucci.



후디 스웨터는 Gucci.





후디 스웨터, 팬츠, 더블 G 디테일
귀고리, 로퍼는 모두 Gucci.

하퍼스 바자 스트레이 키즈(이하 스키즈)가 신보 <CEREMONY>로 또 한 번 '빌보드 200' 1위를 기록했어요. 빌보드 역사상 데뷔 이래 7연속 1위로 진입한 아티스트는 처음이라죠. 곧 인천 아시아드주경기장 콘서트로 데뷔 7년 만에 국내에선 처음으로 스타디움에 입성하고요. 스키즈 앞에 하루가 멀다 하고 이렇게 놀라운 일이 일어나고 있는 요즘, 어떤 마음으로 하루를 시작해요?

리노 사실 실감이 잘 안 나요. 최초, 1위 같은 건 저희만의 힘으로 할 수 있는 건 아니잖아요. 저희는 그냥 좋아하는 거, 어렸을 때부터 꿈꿔왔던 일을 할 수 있는 무대가 주어진다는 것만으로도 감사한데 그걸 좋아하고 응원해 주시는 팬분들이 이렇게 많아졌다는 게…. 팬분들 덕분에 저희가 처음, 최초가 될 수 있는 거니 감사할 뿐이죠. 하지만? 아침에 눈뜰 땐 우리 모두가 같은 마음일 거라고 생각합니다. 아, 일어나기 싫다.(웃음) 그래도 어떡하겠습니까. 일어나야죠. 물 한 모금 마시고 영양제 챙겨 먹고. 정신을 차려야죠.

하퍼스 바자 촬영장으로 나서는 오늘 아침에도요?

리노 아, 오늘은 좀 달랐어요. 구찌! 커버! 가야지!(웃음)

하퍼스 바자 구찌 글로벌 앰배서더로 이번 커버 촬영에 함께했죠. 리노 씨에게 한국 아티스트로서 유구한 역사를 지닌 글로벌 패션 하우스의 얼굴이 된다는 건 어떤 의미예요?

리노 이 일 역시 하고 싶다고 할 수 있는 게 절대 아니잖아요. 저도 원했지만, 그들도 저를 원해야 이루어질 수 있는 일이니까. 저를 선택해 주셨다는 것에 대한 감사한 마음을 표현할 수 있도록 관리도 잘하고 예쁜 모습을 보여드리려고 더욱 노력해야 한다고 생각해요. 저는 구찌랑 각별한 인연이 있거든요. 아주 예전에 롯데월드타워 쇼핑몰을 우연히 지나가다 액세서리를 사야만 했던 날이 있었어요. 왜, 갑자기 눈이 핑 돌 때 있잖아요. '이건 사야 돼' 하면서. 그때 태어나서 처음 샀던 명품 반지가 구찌였어요.

하퍼스 바자 댄서였던 리노에게 본격적으로 노래하고 춤추는 아티스트로서의 활동을 부추긴 건 무대에 주인공으로 서고 싶다는 갈증 때문이라 알고 있어요. 숱한 최초를 기록한 이제는 그 갈증이 충분히 해소되었을 것 같기도 한데요. 지금 리노 씨가 새롭게 갈증을 느끼는 건 뭐예요?

리노 분명 무대 위의 주인공이 되었지만, 더 많은 사람들 앞에서 무대를 해보고 싶은 욕심은 앞으로도 끝이 없을 거라 생각해요. 이번에 스타디움에서 공연하니까 다음에는 훨씬 더 큰 무대에 서고 싶다는 갈증이 생긴 것처럼요. 그리고 사실 저는 알거든요. 여전히 저에게 부족한 것은 뭔지, 어떤 것을 더 보완해야 하는지요. 지금은 갈증이 해소되었다는 느낌보다 부족함을 업그레이드시키는 데 중점을 둬야 할 것 같아요.

하퍼스 바자 부족하다 느껴 계속 노력하게 되는 것 중 하나가 보컬이겠죠? 1년 전쯤 유튜브 채널 <리무진서비스>에서 노래하는 영상을 보고 놀랐던 기억이 있어요. 댄서 이미지가 강했던 리노가 어떤 퍼포먼스 없이 가만히 앉아서 수십 분씩 노래를 불러야 하는 채널에 출연했다는 자체도 그렇지만, 보컬도 무척 안정적이더라고요.

리노 보컬도 당연히 그렇지만, 춤도 마찬가지예요. 저희가 기본적으로 잘해야 하는 것이 춤과 노래잖아요. 아무리 제가 댄스를 주력으로 하는 멤버라도 기본을 못하고 싶진 않아요.

하퍼스 바자 보컬은 필요에 의해서보다 재미있어서 더 열심히 하게 된다는 얘기를 한 적도 있죠. 여전히 재미가 가장 큰 동력인가요?

리노 저는 재미없으면 못 해요. 오늘 같은 촬영도 재미가 없었다면 어쩔 수 없이 늘어졌을 것 같은데 진심으로 너무 재미있어서 힘들지 않았거든요. 뭔가 연예인이 된 기분이랄까.(웃음) 맨날 멤버들 다 같이 붙어 있다 보면 '우리가 연예인인가?' 싶은 생각이 들 때가 있거든요. 그냥 또래 친구들끼리 소리 지르면서 떠들고 놀고 있는 것 같아서요. 이렇게 혼자 스케줄을 할 땐 제가 하고 있는 일을 새삼 느끼는 것 같아요. 이 모든 과정이 정말 재미있고요.

하퍼스 바자 스키즈로 활동한 지도 8년 차에 접어들었죠. 지나온 모든 시간 중 나를 가장 성장시켰다고 믿는 건 뭐예요?

리노 저는 성장이 계단식으로 이루어진다 생각해요. 늘 똑같은 것 같고, 노력해도 제자리인 것 같지만 어느 순간 달라져 있다는 걸 알게 되는 거죠. 그럼 기분 좋아서 언젠가 올 그 순간을 위해 또 노력하고. 이런 패턴의 반복인 것 같아요. 앞서 얘기해주신 <리무진서비스>에 출연한 것도 저한테는 엄청난 성장의 기회였어요. 그전까지 제가 어디 혼자 나가서 노래를 불러본 적이 없었거든요. 그날 촬영 끝나고 목 뒤에 담이 쫙 오더라고요. 그렇게 긴장하고 힘들었던 경험이 쌓여 점점 나아지고 있다고 느껴요. 데뷔 초와 비교했을 때 가장 성장한 건 투어 경험이 만들어준 무대 매너나 라이브 실력인 것 같고요.

하퍼스 바자 그럼 지금 더 잘하고 싶은 것 한 가지만 꼽자면요?

리노 저라는 사람의 가치를 올리고 싶어요. 물질적으로 환산되는 값어치를 말하는 게 아니에요. 제 내면을 한 단계씩 업그레이드 하고 싶다는 생각에 가까워요. 최근에 제가 친구들이랑 다이어트 내기를 했거든요? 말은 다이어트지만, 내 몸에 관심을 갖고 관리하다 보면 외면은 물론이고 내면도 많이 정리되는 게 있다고 생각해서 시작한 거예요. 그래서 목표도 몇 kg을 만들자가 아니라, 체지방량을 기준으로 했고요. 봤을 때 멋있기만 한 몸 말고, 인자강(인간 자체가 강한)이 되고 싶어요.

하퍼스 바자 언젠가 "직업에 전부를 의탁하지 않고, 이민호라는 사람을 어디 한 켠에 간직하려 한다"던 말을 한 것과도 이어지네요.

리노 스테이가 속상할 수도 있는 얘기지만 저는 제가 1순위가 되어야 한다고 생각해요. 이 일을 하면 할수록 확실해지는 생각이에요. 제가 망가져버리면 아무것도 못하니까요. 스테이는 1.1순위.(웃음) 그렇다고 제가 이민호와 리노를 아예 다른 사람처럼 나누어 생각하는 건 아니에요. 굳이 따지자면 리노이기 전에 이민호이기 때문에 이민호라는 사람이 일에 적합한 사람이 되도록 만들어야 하는 거죠. 다행히 그게 엄청난 변화가 동반되어야 하는 일은 아니고요. 저는 이 일과 잘 맞아요.

하퍼스 바자 비슷한 맥락에서 자신을 쉽게 드러내지 않는 사람 같다고도 느꼈어요. 매사에 적정한 선을 지키려는 것 같달까요?

리노 맞아요. 그래서 차가워 보인다는 얘기도 많이 들었는데, 저 별로 안 차갑지 않나요?(웃음) 근데 제 바운더리 안에 있는 사람과 밖에 있는 사람에게 보여주는 모습이 많이 다르긴 한 것 같아요. 그렇다고 사람을 경계하는 건 아니고, 제가 지킬 수 있는 말만 하고 그 이상을 넘지 않으려고 하는 거죠.

하퍼스 바자 그럼 친해지고 싶은 사람한테는 어떻게 다가가는 편이에요?

리노 질문을 듣고 생각해보니, 저는 요즘 굳이 새로운 친구를 만들려고 하지 않는 것 같아요. 제 옆에는 항상 멤버들이 있고, 친구들이 있으니까요. 만약 지금 제가 기분이 좀 다운되어 있어서 술 한잔 하고 싶으면 부를 수 있는 친구들이 진짜 많거든요. 그럼 충분하다고 생각해요.

하퍼스 바자 모든 질문에 모호하게 답하는 법이 없네요. 단호하고 확실해요. 타고난 성격이겠죠?

리노 단순하게 살려고 하는 거예요. 미련 남아서 밤에 잠 못 들고 이불킥 하는 거 되게 싫어하거든요. 애초에 그럴 일이 없게 뭐든 확실하게 해두려는 편이죠.

하퍼스 바자 어떤 면에서는 고집이 있다는 뜻이기도 하겠고요. 리노 씨가 결코 타협할 수 없는 건 뭐예요?

리노 도망치는 거요. 포기하면 미련이 남으니까요. 적어도 세 번은 시도해 보려고 해요. 그게 뭐든요. 저에게 타고난 무언가가 있다면 노력하는 태도겠네요.

하퍼스 바자 세 번의 노력도 통하지 않을 땐 미련 없이 놓아주고요?

리노 음, 지금 생각해보니 그렇게 놓아버린 기억이 잘 없어요. 결국 해낸 기억밖에. 정말 여러 번 시도했던 게 번지점프인데 결국 가평에서 성공했거든요. 요리하는 것도 좋아하는데, 반복해도 잘 안 되는 메뉴들이 있거든요. 그럼 오븐을 새로 사서라도 성공시켜요. '잘'까지는 아니어도 결국 해내는 것 같아요. B 인터뷰/ 고영진



재킷, 코듀로이 볼캡, 더블 G 디테일
귀고리·목걸이는 모두 Gucci.

스트랩 디테일 실버 반지는 Gucci.







프린트 셔츠, 데님 팬츠, 목걸이, 반지, 오른팔에 착용한 더블 G 디테일 팔찌, 왼팔에 착용한 체인 팔찌, '구찌 시프트' 스니커즈는 모두 Gucci.

레더 재킷, 티셔츠, 팬츠, 반지,
목걸이는 모두 Gucci.





GG 모노그램 패턴 재킷, 티셔츠,
팬츠, 더블 G 디테일 귀고리,
목걸이, 반지, 로퍼는 모두 Gucci.
벨트는 스타일리스트 소장품.





데님 재킷, 셔츠, 팬츠, 목걸이,
반지, '구찌 시프트' 스니커즈는
모두 Gucci.



레더 재킷, 팬츠, 중지와 약지에
착용한 반지는 모두 Gucci.

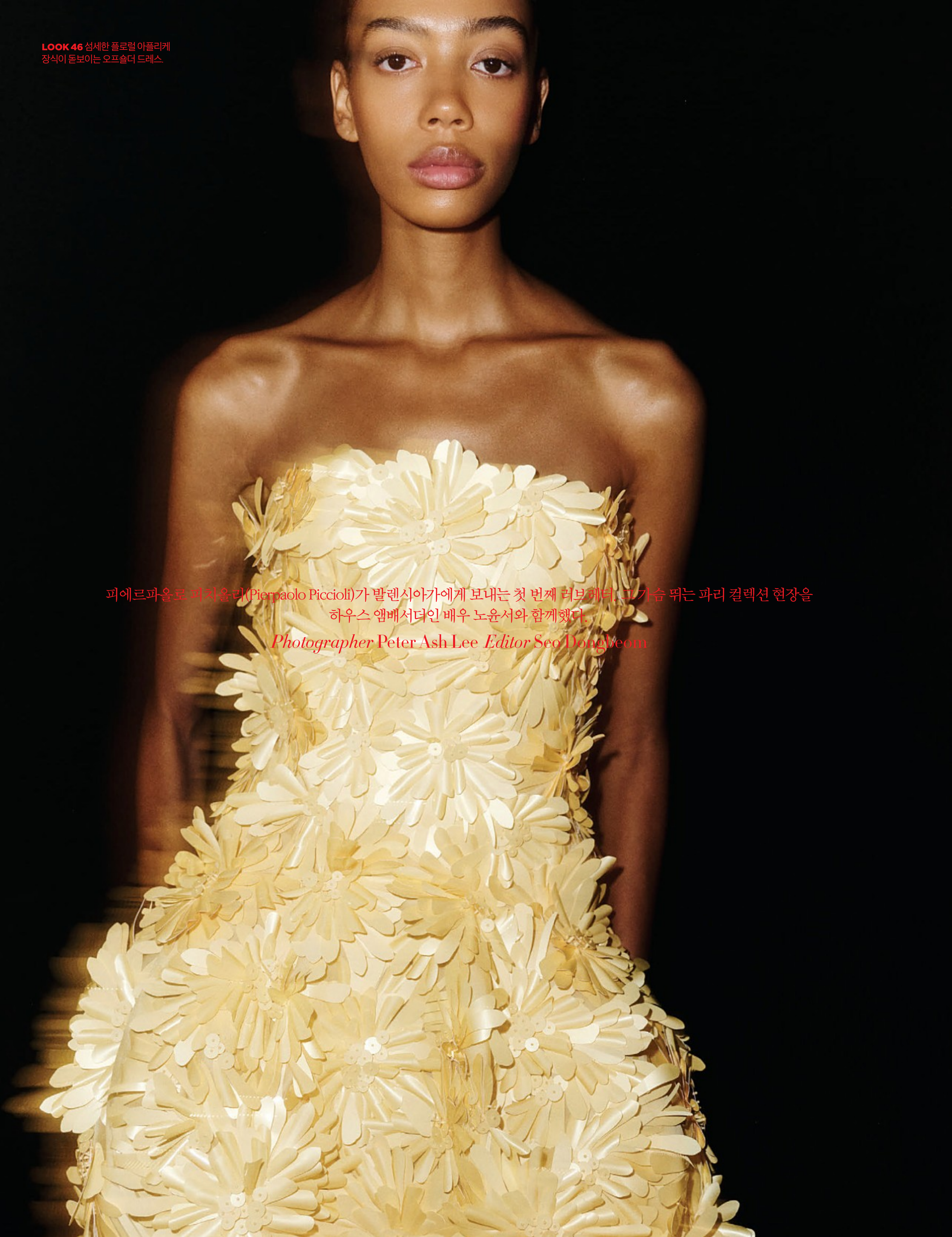


레더 재킷, 티셔츠, 팬츠, 목걸이,
부츠는 모두 Gucci.

※ 화보에 촬영된 제품은
모두 가격 미정.

헤어/ 최보라
메이크업/ 전지원
스타일리스트/ 서수명, 정미경
프롭 스타일리스트/
유혜원(BLANK)
어시스턴트/ 김진우
디자인/ 한상영





LOOK 46 섬세한 플로럴 아플리케 장식이 돋보이는 오프숄더 드레스.

피에르파올로 피치올리(Pierpaolo Piccioli)가 발렌시아가에게 보내는 첫 번째 러브레터. 그 가슴 뛰는 파리 컬렉션 현장을 하우스 앰배서더인 배우 노윤서와 함께했다.

Photographer Peter Ash Lee *Editor* Seo Dongbeom

1 쇼 직후 발렌시아가의 새로운 크리에이티브 디렉터 피에르파올로 피치올리에게 축하 인사를 전하는 노윤서.
2,6 발렌시아가 2026 서머 쇼 런웨이 모델들.
3,4,5,7 노윤서가 백스테이지 현장을 카메라에 담고 있다.



7



1

THE HEARTBEAT



6



2



4



3



5

(왼쪽부터) 팜 트리가 세워진 런웨이 풍경.
LOOK 38 발렌시아가의 아플리케 장식 보머 재킷과 귓속형 디자인의 독특한 귀고리가 눈길을 끈다.







발렌시아가 쇼 백스테이지에서
포착한 노윤서의 사랑스러운 모습.



LOOK 15 발렌시아가의 아플리케 장식 크롭트 톱, 블랙 와이드 팬츠와 벨트, 오페라 장갑과 미니 백의 매치가 세련된 동시대적 분위기를 자아낸다.



블랙 레더 소재 벌룬 디테일의
발렌시아가 미니 드레스를 입은
노윤서가 뉴 시즌 백을 들고
포즈를 취하는 순간.

LOOK 46 발렌시아가 플로럴 아플리케
장식 드레스.







LOOK 39 발렌시아가의 전임 디자이너 중
니콜라 제스키에르의 디자인이 떠오르는
우뚝 솟은 모자와 슬리브리스 크롭트 톱,
페더 스커트 그리고 '르 시티(Le City)' 백.

※ 화보에 촬영된 제품은 모두 가격 미정.

헤어/ 장혜연(노윤서)
메이크업/ 서옥(노윤서)
스타일리스트/ 이윤미(노윤서)
디자인/ 이예슬



C A R P E

영화 <죽은 시인의 사회(Dead Poets Society)> 中

D I E M

밀라노의 어느 작은 학교. 그곳에서 마주한
엔하이픈(Enhypen)의 정원, 희승, 제이, 제이크, 성훈, 선우
그리고 니키. 무해한 열정과 속도로 자신들만의
길을 가고 있는 그들, 눈부신 청춘의 순간을 담았다.

Photographer Kim Hyungsik
Editor Seo Dongbeom



왼쪽 페이지: 재킷, 터틀넥 톱, 팬츠, 벨트, 부츠는 모두 Prada.
오른쪽 페이지: 니트 톱·팬츠 세트업, 셔츠, 슈즈, '리나일론' 크로스바디 백은 모두 Prada.
양말은 스타일리스트 소장품.





재킷, 셔츠는 Prada.



스웨이드 재킷, 톱, 팬츠, 더비 슈즈는 모두 Prada. 양말은 스타일리스트 소장품.



캐시미어 니트 톱, 팬츠, 슈즈는 모두 Prada.



로덴(Loden) 소재 재킷, 체크 셔츠, 팬츠는 모두 Prada.



왼쪽 페이지: 캐시미어 니트 톱, 레이어드 디자인 팬츠, '리나일론' 백팩은 모두 Prada.
오른쪽 페이지: 트렌치코트, 셔츠, 니트 팬츠, 부츠는 모두 Prada.







테크니컬 재킷, 울 니트 톱, 이너 톱, 팬츠는 모두 Prada.



테크니컬 재킷, 저지 톱, 팬츠, 벨트, 슈즈는 모두 Prada. 양말은 스타일리스트 소장품.



나파 레더 재킷, 셔츠, 팬츠, 벨트, '리나일론' 트래블 백, 부츠는 모두 Prada.



주름 디테일 저지 톱, 팬츠, 벨트는 모두 Prada.





왼쪽 페이지: 포플린 셔츠, 저지 톱, 팬츠, 벨트, 슈즈는 모두 Prada.
오른쪽 페이지: 재킷, 니트 톱, 이너 톱, 팬츠, 벨트, 슈즈는 모두 Prada. 양말은 스타일리스트 소장품.





(왼쪽부터) 정원이 착용한 재킷, 체크 셔츠, 제이크가 착용한 네이비 테크니컬 재킷, 니트 톱, 니키가 착용한 스웨이드 재킷, 톱, 팬츠, 희승이 착용한 캐시미어 니트 톱, 팬츠, 선우가 착용한 재킷, 니트 톱, 성훈이 착용한 재킷, 터틀넥 톱, 제이가 착용한 트렌치코트, 셔츠는 모두 Prada.

※ 화보에 촬영된 제품은 모두 가격 미정.



헤어/ 전훈 메이크업/ 오가영 스타일리스트/ 지세윤 프로덕션/ NOEY PARK 어시스턴트/ 김진우 디자인/ 진문주

THINGS

데뷔 20주년을 맞은 이현이가 그녀의 얼굴을 세상에 처음 알린 <바자>의 문을 두드렸다.
우리는 기꺼이 환영했고, 두 아이의 엄마이자 한 여성으로서 꼭 지녀야 할 영원불멸의 에센셜
아이템 스무 가지를 함께 엄선했다. 우리의 '20'은 클래식해야 한다. 영원히 기억돼야 하니까.

Photographer Zoo Yonggyun *Editor* Yoon Hyeyeon



1
White Diamond Jewelry

빛 한 조각으로 룩의 품격을
완성하는, 시대를 초월한 클래식.

2
Fedora Hat

얼굴을 감싸고 시선을 끌며,
자유로운 우아함을 선사하는 모자.

펜슬 스커트는 Tom Ford. 페도라는 Chanel.
물방울 컷 다이아몬드를 세팅한 ‘팔미르’ 목걸이,
‘빼를리’ 컬렉션 팔찌는 Van Cleef & Arpels.

Tweed Suit

샤넬이 선사한 여성의 권위와 자유,
편안함을 동시에 담은 시대를 초월한 수트.

3



트위드 케이프·드레스 세트업,
목걸이, 뱅글은 모두 Chanel.



Aviator Sunglasses

눈을 감추고 얼굴에 경계를 주며,
룩의 시그너처 포인트가 된다.

5

4

Leather Jacket

반항적 시크함과 존재감을 한 번에.
어떤 룩에도 시간을 초월한 강렬함을 더한다.

벨티드 레더 재킷, 하이넥 블라우스, 스커트는 모두
Saint Laurent by Anthony Vaccarello.
선글라스는 Cartier.

셔츠는 Eenk. 보디수트, 스커트는 Michael Kors Collection. 귀고리, 태슬 디테일 목걸이, '베누아' 워치, 레이어드한 팔찌는 가격 미정, 다이아몬드를 세팅한 반지는 9백만원대, 레이어드한 반지는 4백만원대 모두 Cartier. 펌프스 힐은 Masion Margiela.



6

White Shirt

가장 단순하지만 가장 강력한 스타일의 시작점. 클래식과 현대를 동시에 담는다.

7

Yellow Gold Watch

시간을 보는 도구를 넘어 손목 위에서 영원한 품격을 말하는 액세서리.


8
Trench Coat
비 오는 날에도, 도심에서도, 언제나 우아함과 자유를 주는 아우터.
트렌치코트는 Gia Studios by 10 Corso Como Seoul. 튜브톱 드레스는 Rokh. 앵클부츠는 Masion Margiela.



10

Tank Top

속옷을 겉으로 드러내며, 몸과
움직임의 자유를 담은 대담한 선언.

9

Denim Jeans

반항과 자유의 상징.
세대를 뛰어넘는 옷장 필수템.

데님 재킷·팬츠 세트업, 선글라스, 부츠는 모두 Balenciaga. 탱크톱은 Loewe. 이어커프는 각각 11만원대 Portrait Report.



점프수트는 Michael Kors Collection.
귀고리는 Dior. '판테아' 백은 Valentino Garavani.
펌프스는 Tom Ford.

II

Black: Stiletto Heels

한 켤레로 룩 전체를 결정짓는
아이코닉 힐, 단순함 속에서도
존재감이 빛난다.



터틀넥 톱은 Akris. 펜슬 스커트,
벨트, 펌프스는 모두 Tom Ford.

12
Black Turtleneck Top

간결한 선과 미니멀함으로,
레이어링의 기본이 되는 아이템.

13
Black Leather Belt

허리를 잡아주며, 룩에 구조와
시크함을 동시에 부여한다.

14
Pencil Skirt

여성스러운 실루엣과 도시적 힘,
우아함을 동시에 담은 스타일의 핵심.



퍼 재킷은 Celine. 롱 드레스, '스피디 트렁크 25' 백은 Louis Vuitton.

15

Fur Jacket

볼륨과 힘을 주며,
겨울에도 자유롭고
럭셔리한 무드를 완성한다.

16

Classic Tote

투자할 가치가 있는
단 하나의 백, 세월과
트렌드를 넘어선 시그너처.



미니 드레스, 캡, 스카프, 타이츠는 모두 Gucci.

17

Silk Scarf

목, 가방, 머리 어디에
둘러도 룩의 품격과
디테일을 한 번에
높이는 액세서리.

18

Mini Length

자유로운 움직임과 젊음을 상징하며,
패션적 용기와 해방을 담는다.



튜브톱 드레스, 부츠는 Prada.
카프스킨 소재 팔찌, 레이어드한 팔찌는 Hermès.

※ 가격이 표기되지 않은 제품은 모두 가격 미정.

모델/ 이현이
헤어/ 이혜영
메이크업/ 최시노
어시스턴트/ 김가람
디자인/ 한상영

19

Little Black Dress

시대를 초월한 아이코닉 드레스.
단순함 속에서도 존재감이 빛난다.

20

Long Boots

한 걸음만으로도 시크함을 완성, 다리를
길어 보이게 하는 강력한 스타일 포인트.

BEYOND THE CRAFT

Photographer Nikolai Ahn *Editor* Kim Kyeonghoo

무엇이든 허투루 하지 않는다. 자투리에 새 생명을 불어넣은 에르메스의 '쁘띠 아쉬(Petit h)' 컬렉션.



뚜알 아쉬(Toile H) 캔버스 및 카프스킨 소재의 '버킨 롤러' 백은 Hermès.



다양한 컬러의 코튼 패치워크가 돋보이는 조각보 선반, 그 위에 올려진 강낭콩 모티프 백참은 Hermès.



카프스킨 소재의 프린지 스툴은 Hermès.





불카프스킨 및 앨리게이터 스킨 소재의 핸들과
테라코타 소재로 이루어진 ‘켈리’ 포터리는 Hermès.

윌로 우드 라탄과 애시 우드 소재의 장식용 수레는 Hermès.



카프스킨과 뚜알 아쉬(Toile H) 캔버스로 만든 ‘가든 파티’와 애시 우드 소재의 스툴 다리가 결합된 백은 Hermès.

※ 화보에 촬영된 제품은 모두 가격 미정.

어시스턴트/ 김가람 디자인/ 한상영





로고 자카드 소재의 ‘디 드림’ 미니 백, 이그조틱한 가죽이 돋보이는 ‘센추리’ 부츠는 Dior.

NOTHING TO DECLARE

완벽하게 준비된 스타일만이 게이트를 통과할 수 있다. 디올의 뉴 백과 슈즈처럼.

Photographer Lee Daehee *Freelance Editor* Kim Jiwon

베이지색 가죽에 까나쥬 패턴을
새긴 '디 모션' 백, 로고 장식의
'보이' 로퍼는 Dior.



청키한 굽과 날렵한 코, 발등
부분의 컷아웃 디테일이 어우러진
부츠, 빈티지한 플럼 컬러의 플랩
매크로 까나쥬 '디 저니' 백은 Dior.





클래식한 버킷 디자인의 '디 모션'
블랙 백은 Dior.



빈티지한 질감과 광택이 돋보이는
발레리나 슈즈, 미니 사이즈
'디 모션' 블랙 백은 Dior.

화이트 컬러 '디 모션' 백, 페이턴트
소재의 와일드 힐 앵클부츠는 Dior.



섬세한 플라워 아플리케가
돋보이는 '댄디 더비' 슈즈는 Dior.





앙증맞은 사이즈의 '카로' 백,
까나쥬 패브릭과 가죽이 어우러진
'디 타운' 부츠는 Dior.

※ 화보에 촬영된 제품은
모두 가격 미정.

에디터/ 김경후
세트 스타일리스트/ 김도연
어시스턴트/ 원희정
디자인/ 이예슬

IN BETWEEN

거칠고 낡은 것들과 부드럽고 탐스러운 펜디 백의 강렬한 대비.

Photographer Yang Joongsan *Contributing Editor* Joo Gaeun





왼쪽 페이지: 플랩에 비밀 포켓이 숨겨진 '펜디 스파이 스몰' 백은 4백만원대 Fendi.
오른쪽 페이지: 바게트 백을 여유로운 사이즈로 즐길 수 있는 '펜디 맘마 미디엄' 백은 4백만원대 Fendi.



트위스트 핸들이 돋보이는 '펜디 스파이 미니' 백, 카푸치노 컬러의 '백팩'은 각각 3백만원대 Fendi.



토바코 브라운 컬러 FF 자카드에
FF 버클이 더해진 '백팩'은
3백만원대 Fendi.



애니멀 프린트 버전의 아이코닉
'바게트 미디엄' 백은 5백만원대
Fendi.



콤팩트한 사이즈의 블랙과
화이트 버전 '피카부 아이씨유
쁘띠' 백은 각각 5백만원대 Fendi.

도브 컬러와 호피 무늬의 매칭이
유니크한 '피카부 미니' 백은
6백만원대 Fendi.





부드러운 실루엣의 올 블랙
카프 레더 ‘백팩’은 3백만원대
Fendi.

프롭 스타일리스트/ 전예별
디자인/ 진문주

한국의 미(美)가 담긴 라이프 스타일 패션 브랜드, 디자인하우스 혜(HYE)와 만난 배우 기은세의 어느 가을날.

Photographer Shin Sunhye *Editor* Kim Kyeonghoo



실크 새틴과 조젯 소재의 블루 컬러 '책가도' 스퀘어 스카프는 48만원 HYE.

드레스는 Dint. 귀고리는 Vintage Hollywood. 반지와 뱅글은 스타일리스트 소장품.

THE SILENT FLOW



허리에 두른 울 실크
혼방 소재의 퍼플 컬러
'책가도' 스퀘어 스카프는
48만원 HYE.

점프수트는
Nana Jacqueline.
귀고리는 Tom Wood.
슈즈는 Zara. 이어커프는
스타일리스트 소장품.



실크 트윌 소재의
'연화문과 나비' 스퀘어
스카프는 32만원 HYE.

드레스는 Akris.
반지는 Tom Wood.
앵클부츠는 Gianvito Rossi.
귀고리는 스타일리스트
소장품. 유기적인 실루엣이
돋보이는 화병은
Louise Roe by Hpix.



실크 트윌 소재의
'라인초충도' 스퀘어
스카프는 32만원 HYE.

드레스는 Zara.
귀고리는 Tom Wood.



머리에 두른 실크 트윌
소재의 '도자기' 스퀘어
스카프는 25만원 HYE.

톱은 L'agence. 반지는
Tom Wood. 귀고리는
스타일리스트 소장품.



실크 트윌 소재의
'말과 창살문' 롱 트윌리는
32만원 HYE.

슬리브리스 톱, 팬츠는
Nana Jacqueline.
귀고리는 Greyeline.
펌프스는 Jimmy Choo.



실크 트윌 소재의 '기물도'
트윌리는 16만원 HYE.

롱 드레스는 Dint. 귀고리는
Tom Wood. 트렌치코트는
스타일리스트 소장품.



울과 실크가 혼방된
'격자문 믹스' 롱 스카프는
32만원 HYE.

드레스는 Fabiana Filippi.
귀고리는 Greyeline. 니하이
부츠는 Gianvito Rossi.
이너 톱, 브리프, 이어커프는
스타일리스트 소장품.

※ 가격이 표기되지 않은
제품은 모두 가격 미정.

헤어/ 이하정
메이크업/ 노현유
스타일리스트/ 박미란
어시스턴트/ 김가람
디자인/ 이진미

Cotton Within

코튼 향이 스며드는 순간, 설윤과 지우의
비밀스러운 이야기가 피어난다.

Photographer Jang Hanbit
Editor Kim Hyojung(Media Lab)



설윤이 착용한 블라우스, 스커트는 Overdue Flair.
지우가 착용한 셔츠는 Ronron.





설윤의 투명한 눈빛을 닮은 포맨트 '코튼 베이비'.
맑고 포근한 파우더리 향을 남긴다.
Forment 코튼 베이비 50ml 4만9천원.

카디건은 Shop Cider. 스커트는 Soonsu.
양말, 슈즈는 스타일리스트 소장품.



우아한 스타일에 포맨트 '코튼 베이비'를
더하면 부드러운 무드가 배가된다.

블라우스, 스커트는 Overdue Flair.
양말, 슈즈는 스타일리스트 소장품.



지우가 사랑하는 포맨트 '코튼 메모리'는 은은한 생화 향기와
달달한 복숭아 향이 어우러져 사랑스러운 향으로 이어진다.
Forment 코튼 메모리 50ml 4만9천원.

원피스는 Shop Cider.



향은 기억을 불러온다. 포맨트 '코튼 메모리'를 뿌리는 순간,
싱그럽고 달콤했던 그때의 기억이 되살아난다.
Forment 코튼 메모리 50ml 4만9천원.

원피스는 Shop Cider. 양말은 스타일리스트 소장품.



포맨트 '코튼 메모리'는 마냥 가볍지 않다.
복숭아의 달큰함에 히아신스의 우아함이 더해지고
머스크가 조화를 이루며 차분한 분위기를 완성한다.
Forment 코튼 메모리 50ml 4만9천원.

카디건은 Andneeds. 톱은 Soonsu.
네크리스는 스타일리스트 소장품.

스타일링의 마무리는 향수. 포맨트 '코튼 베이비'와
'코튼 메모리'는 향이 잔잔해 언제든 부담 없이 사용할 수 있다.
Forment 코튼 베이비, 코튼 메모리 각각 50ml 4만9천원.

설윤이 착용한 니트는 38 Comeoncommon. 스커트는
Threetimes. 지우가 착용한 원피스는 Shop Cider.
양말, 슈즈는 스타일리스트 소장품.





겨울이 다가오면 푹신한 이불처럼 아늑한 느낌의 향수에
손이 간다. 포맨트 '코튼 베이비'와 '코튼 메모리'는
머스크 베이스로 포근하게 마무리된다.
Forment 코튼 베이비, 코튼 메모리 각각 50ml 4만9천원.

설윤이 착용한 카디건은 Shop Cider. 스커트는 Soonsu.
이너 톱은 스타일리스트 소장품. 지우가 착용한 톱, 스커트는 Soonsu.
네크리스는 스타일리스트 소장품.

헤어/ 아름(키츠) 메이크업/ 소영(키츠) 스타일리스트/ 현국선
세트 스타일리스트/ 이다영 어시스턴트/ 이란영



The Art of Illusion

빛처럼 은은하게 퍼지는 바닐라 향을 담은 루이 비통 레 젝스트레 컬렉션의 일곱 번째 걸작, 판타스맥고리.

사람을 기억하는 방식은 다양하지만 그중 가장 강렬하고 오래 남는 것은 향이다. 후각이 전하는 신호는 단순한 냄새를 넘어 한 사람의 이미지를 분명하게 각인시킨다. 그 힘을 잘 알고 있는 조향사 자크 카발리에 벨트뤼는 새로운 레 젝스트레 컬렉션, 판타스맥고리를 통해 세상에 없던 향기의 여정 속으로 우리를 이끈다. 흥미로운 것은, 익숙한 원료인 바닐라를 주제로 완전히 새로운 이미지를 탄생시켰다는 점이다. 그는 18세기에 몽환적인 조명 쇼가 보여주던 환영의 세계에서 영감을 받아, 바닐라 향에서 빛이 발산되는 듯한 감각적 특성에 주목했다. 그의 손길을 거쳐 재탄생한 바닐라는 더 이상 익숙한 달콤함에 머물지 않는다. 파푸아뉴기니산 타히텐시스 바닐라를 중심으로, 안개 같은 아니스와 섬세한 플로럴 노트, 그리고 가죽 뉘앙스가 교차하며 향의 입체감을 완성한다. 자연 그대로의 바닐라 아로마를 확보한 것이 특징인데, 바닐라 열매에서 긁어낸 과육을 극저온 냉동한 뒤 이산화탄소로 추출하는 과정을 거쳤다. 덕분에 빛을 머금은 듯 맨살 위로 스며드는 향은 새로운 차원의 감각으로 확장된다. 여기에 이탈리아산 아몬드를 추가해 아마레토를 연상시키는 크리미한 달콤함을 더하고, 진저 노트의 신선함으로 전체 향조에 긴장감을 주었다. 마지막으로, 반짝이는 시트러스 향조가 켜켜이 쌓이며 은은하게 피어오르는 풍부한 향의 레이어는 한 병의 향수에서 태양빛처럼 찬란한 광채로 완성된다.

레 젝스트레 컬렉션의 일곱 번째 명작, 판타스맥고리는 보틀 디자인을 통해서도 하이 아트로서의 명성을 확고히 한다. 건축가 프랭크 게리가 보틀 디자인을 맡아 향의 빛과 움직임을 시각적으로 형상화했다. 보틀의 곡선을 새롭게 재구성하고 모서리를 부드럽게 다듬는 동시에 그 안에 담길 향의 빛을 포착하여, 바람에 흩날리는 상상의 꽃을 닮은 캡 디자인을 구현했다. 산업 디자이너 마크 뉴슨은 유리병의 세부 조형과 미감을 강화했다. 새롭게 리모델링한 유리 보틀은 소용돌이치는 움직임과 밝은 옐로 컬러로 빛을 받아 은은하게 그린 톤을 반사하며 반짝인다. 특히 은빛 꽃잎처럼 흩날리는 캡은 향이 사라지는 순간의 본질까지 시각적으로 구현해낸 결과물이다.

에디터/ 송유정(미디어랩)

사진/ 루이 비통





Very Soft
일교차가 큰 요즘, 베로니카 비어드가 제안한 '사리야 니트' 재킷을 눈여겨보길. 부드러운 코튼과 울 혼방 소재로 완성돼 편안한 착용감을 선사한다.
문의 02-6905-3536



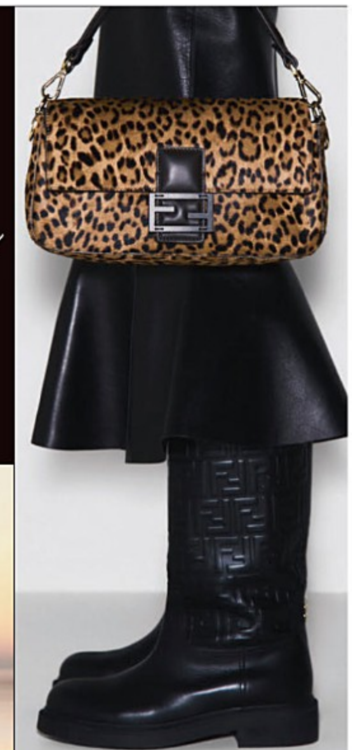
Year of the Snake
불가리가 뱀의 해를 기념하는 여정을 이어간다. 역사적인 팔리니 기법을 재해석한 신제품을 공개한 것. 로즈 골드로 완성한 비즈 디테일이 특징이다.
문의 02-6905-3340



Timeless Beauty
막스마라가 2025년 캠페인 '타임, 테일러드'를 공개했다. 하우스의 오랜 신념과 우아함을 표현한 캠페인에 모델 에디 캠벨이 함께해 그 의미를 더했다.
문의 02-511-3935

BAZAAR Showroom

11월, <바자>가 제안하는 가장 트렌디한 아이템과 특별한 이벤트 소식.



Leopard in Fendi
1968년 컬렉션에서 영감을 받은 '펜디 레오' 백. 하우스의 상징적인 '피카부'와 '바게트'에 레오퍼드 패턴을 가미해 관능미를 불어넣었다.
문의 02-544-1925



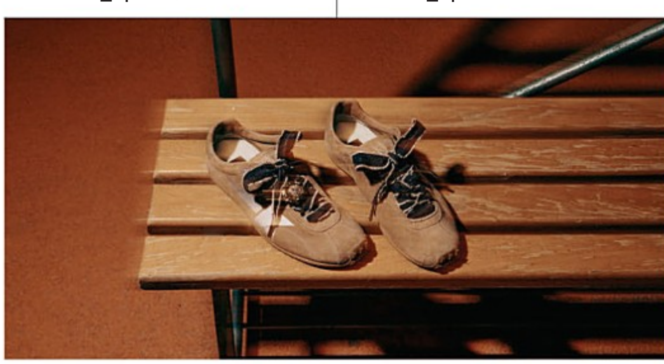
Give Love
다가오는 홀리데이 시즌, 타사키의 '찬트' 컬렉션으로 마음을 전하면 어떨까? 견고한 골드 플로럴 모티프에 세팅된 아코야 진주가 은은하게 반짝인다.
문의 02-3461-5558



10년의 여정
에르메스와 애플의 스마트 워치 협업이 10년을 맞이했다. 한층 가볍고 슬림해진 '그랑 아쉬' 메탈 브레이슬릿에서 에르메스 특유의 미학을 느낄 수 있다.
문의 080-500-0029



바닐라의 정수
바닐라를 중심으로 아니스, 아몬드, 진저 노트가 어우러진 루이 비통 '판타스맥고리 엑스트레 드 퍼퓸'. 흩날리는 꽃잎을 형상화한 보틀 캡으로 분위기를 한층 살렸다.
문의 02-3432-1854



Fast, Faster, Fastest
오직 한국과 중국에서만 만나볼 수 있는 골든구스의 '마라톤 스피드' 스니커즈. 토바코 컬러를 비롯해 블랙과 레오퍼드로 출시돼 선택의 폭을 넓혔다.
문의 02-519-2937



Autumn Breeze
가을날을 위한 호보 백을 찾고 있다면 보테가 베네타의 '베네토' 백을 눈여겨보길. 머드 컬러의 스웨이드 소재로 완성한 스몰 사이즈 제품이 시선을 사로잡는다.
문의 02-534-7088



파리 정원의 색을 담은 립
클라랑스 '립 컴포트 오일 리미티드 에디션 파리 랑데부 컬렉션'. 파리 햇살 아래 피어난 튤립과 장미에서 영감을 받은 두 가지 컬러를 선보인다.
문의 080-542-9052



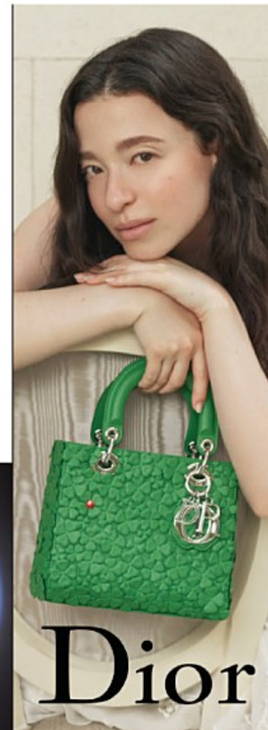
우아함을 더하다
퍼퓸 프라팡 '식스 아워스 투 리오 오 드 퍼퓸'은 베르가모트의 산뜻함과 샌들우드, 머스크의 따스한 잔향이 어우러져 세련되고 우아한 무드를 완성한다.
문의 1800-5700



Sustain Together
베자가 비브람과 손잡고 윤리적인 스니커즈 '살라'를 출시했다. 100% 재활용된 폴리에스터와 사탕수수에서 추출한 소재로 제작해 친환경적이다.
문의 1544-3568



향수로 느끼는 홀리데이
조 말론 런던 '샌달우드 앤 스파이스 애프리콧 코롱'. 부드러운 살구 향에 바닐라를 더해 크리스마스에 마시는 칵테일 향기를 표현했다.
문의 1644-3753





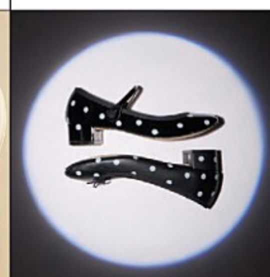
New Evolution
오데마피게가 '로열 오크' 컬렉션 최초로 플라이백 크로노그래프와 플라잉 투르비옹을 결합한 워치를 선보였다. 1백50피스만 한정 제작해 특별함을 더했다.
문의 02-543-2999



The Masterpiece
바쉐론 콘스탄틴이 메종의 유산에 경의를 표하는 '라 퀘뜨 뒤 띵'을 공개했다. 7년간의 개발을 통해 워치메이킹과 예술성을 결합한 마스터피스를 완성했다고.
문의 02-515-1755



이중 밀착 마스크 팩
달바 '시그니처 비타 캡슐 안티에이징 하이드로겔 마스크'는 눈가와 목 등 고민 부위에 패치를 붙이고 그 위에 마스크 팩을 올리는 형태로 이중 케어가 가능하다.
문의 02-332-7727



Long Time No See
레페토와 꼼데가르송이 다시 만났다. 도트 패턴의 메리제인과 발레리나 슈즈로 출시되었으며, 레페토 신세계백화점 강남점에서 단독 론칭한다.
문의 02-3479-1803

Iconic Moments
사진가 데이비드 심스가 촬영한 디올의 뉴 캠페인. 배우 마이키 매디슨을 비롯해 미아 고스와 그레타 리가 새로운 버전의 '레이디 디올' 백과 함께했다.
문의 02-513-0300



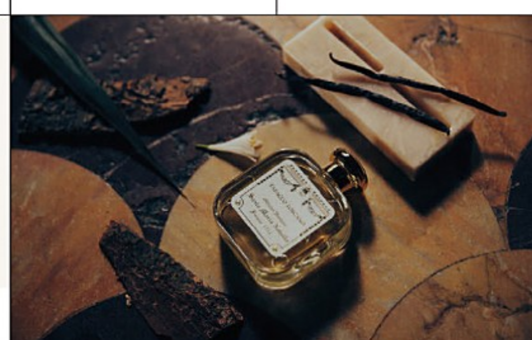
말차코어로 피부 케어
낮과 밤 일교차로 피부가 예민해졌다면? 티르티르 '말차 스킨 토너'로 붉은 기를 잠재우고, '말차 카밍 크림'으로 피부 장벽을 강화해보자.
문의 1522-0847



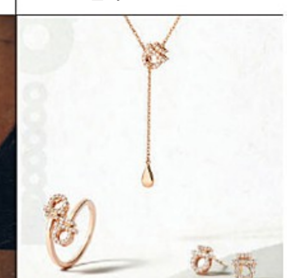
두피에도 영양 보충
닥터포헤어가 가늘어진 모발과 탄력이 저하된 두피를 케어하는 '폴리젠 씨크닝 스칼프 세럼'을 출시한다. 유효 성분을 캡슐화해 담아 고민 부위를 빠르게 개선한다.
문의 1670-5875



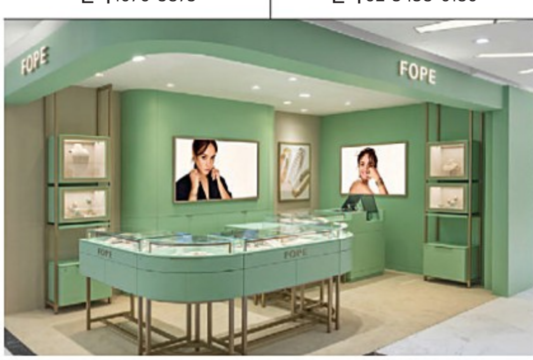
Fall in Love
랑방이 가을을 위한 '이그재저레이티드 슬리브' 점퍼를 출시했다. 벌룬 슬리브의 구조적인 디자인과 어깨 라인의 실버 볼 버튼이 특징이다.
문의 02-3438-6186



겨울을 담은 향
우디와 스모키 바닐라가 어우러진 산타마리아노벨라 '타바코 토스카노 오 드 코롱'. 강렬하지만 달콤한 잔향이 특징으로 찬바람이 부는 계절과 어울린다.
문의 1644-4490



반짝이는 한글
타이포그래피의 거장 안상수 작가와 함께한 골든듀의 '히읗(ㅎ)' 컬렉션. 한글 고유의 조형미를 현대적인 감각으로 풀어낸 타이포 모티프가 유니크하다.
문의 02-3479-1219



포페의 새로운 집
롯데면세점 명동본점에 매장을 오픈한 포페. 이탈리아 도시 비첸차의 대표 건축물 바실리카 팔라디아나 지붕에서 영감을 받은 인테리어가 인상적이다.
문의 02-759-6792



쉼과 정돈을 동시에
활용도 높은 가구를 찾고 있다면 일룸의 신제품 '아떼' 소파에 주목할 것. 하단 수납 박스를 활용해 자주 사용하는 물건을 손쉽게 정리할 수 있다.
문의 1577-5670



피부가 마시는 콤부차
에센스와 크림으로 구성된 쥬스투클렌즈 '비니거 콤부차 비건 듀오'. 콤부차와 저온착즙한 주스 성분을 담아 피부를 촉촉하게 가꿀 수 있다.
문의 080-866-7770



프랑스 왕실의 하루
퍼퓸 드 말리가 '2025 페스티브 캠페인'을 전개한다. 알렉스 앤 마린의 일러스트가 그려진 박스에 담긴 '델리나'와 '발라야' 세트를 만날 수 있다.
문의 02-3213-2088

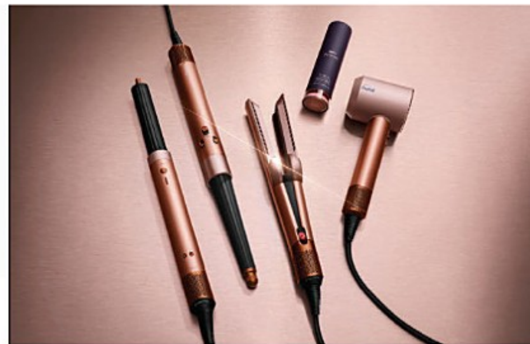




예거 르쿨트르의 시간
클래식 컴플리케이션에 현대적인 미학을 더해 재탄생한 예거 르쿨트르의 '마스터 컨트롤 캘린더' 워치. 전 세계 500피스 한정으로 선보인다.
문의 02-3479-1882



Autumn Essential
스타일은 물론 실용성과 보온성까지 갖춘 케이트의 '오딘' 가죽 재킷. 특유의 유연한 소재와 미니멀한 디자인으로 출시돼 늦가을 데일리웨어로 제격일 듯.
문의 02-3479-1530



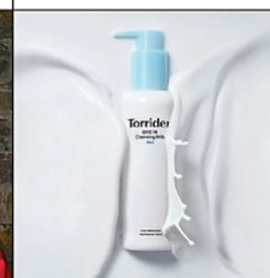
다이슨의 홀리데이
다이슨이 드라이어, 스타일러 2종, 스트레이트너에 샴페인 로즈와 버건디 컬러를 입힌 '홀리데이 기프트 에디션'을 선보인다.
문의 1588-4253

The First
리모와 최초의 레더 백 컬렉션 '그루브'는 하우스의 DNA를 담아낸 패널 디자인이 특징이다. 크로스보디 백을 비롯, 총 네 가지 스타일로 출시되었다.
문의 02-546-3920

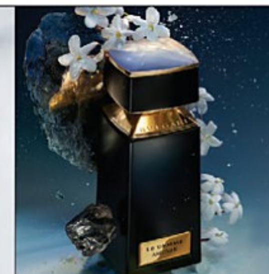


휴대하는 클렌징 오일
1회분으로 개별 포장돼 편의성을 높인 마녀공장 '퓨어 클렌징 오일 캡슐'. 피지와 먼지를 흡착하는 강력한 세정력은 물론 촉촉한 마무리감을 선사한다.
문의 02-6013-0855





밀크 제형으로 촉촉하게
토리든이 부드러운 세정력과 보습력을 갖춘 '다이브인 저분자 히알루론산 클렌징 밀크'를 선보인다. 세안 단계부터 수분을 채워 촉촉한 피부를 유지할 수 있다.
문의 1600-3854



중성적인 재스민 향
문스톤에서 영감받은 불가리 '레 젬메 아뮤네 오 드 퍼퓸'은 화사한 재스민과 스모키한 우디 머스크가 조화를 이룬 중성적인 향이다.
문의 02-6105-2120



모발 건강 지킴이
푸석한 모발이 고민이라면 모로칸오일 '에어리 리애니메이션 샴푸'와 '트리트먼트'를 추천한다. 3가지 히알루론산이 보습막을 형성해 모발과 두피에 수분감을 충전한다.
문의 1666-5125



Artistic Journey
레포시가 세계적인 현대미술 아티스트 스털링 루비와 협업한 한정판 브로치를 선보였다. 조각과 오브제, 주얼리의 경계를 허문 예술적인 행보가 돋보인다.
문의 02-2118-6058

British Code
영국 여행을 즐기는 파리지엔을 상상한 롱샴의 2025 겨울 컬렉션. 변화무쌍한 런던의 날씨를 표현한 패딩 재킷과 트렌치코트 등 다양한 스타일을 선보인다.
문의 02-6335-2247



188년의 여정
티파니가 잠실 롯데월드타워 아레나광장에서 전시 ≪With Love, Seoul≫을 개최한다. 메종의 아카이브에서 엄선된 60여 점의 작품이 소개될 예정.
문의 02-6250-8660





빛나는 피부결의 비결
어노브가 광채 피부를 만드는 데 특화된 '글로우 바디라인'을 선보인다. 바디워시, 로션, 스크럽으로 구성된다.
문의 1670-5875



가을 밤, 포근하게
시몬스의 '화이버 포켓스프링 필로우'는 일교차 큰 가을 날씨에 안성맞춤이다. 제품 내 형성된 공기 층이 일정한 온도를 유지해 수면의 질을 높여준다.
문의 1899-8182



Autumn Solution
다이슨의 '가습 공기청정기 PH2'로 환절기 고민을 해결해보자. 초미세먼지를 99.95% 제거하는 탄소 필터를 탑재해 쾌적한 실내를 만든다.
문의 1588-4253

전통과 현대의 만남
한국의 미(美)를 재해석한 디자인하우스 혜(HYE)의 스카프. 조선 팰리스를 비롯해 아난티 코브 이터널저니, 반얀트리 서울 갤러리 인숍에서 만나볼 수 있다.
문의 02-532-1757



Good Luck
행운을 상징하는 반클리프 아펠의 아이콘 '알함브라'가 재탄생했다. 그중 롱 네크리스는 길이 조절이 가능해 브레이슬릿으로도 활용할 수 있다.
문의 1877-4128



Unique Piece
유연한 곡선과 조형적인 실루엣이 조화를 이룬 디아티코의 '라 파세지아타' 미니 백. 갤러리아백화점 명품관 EAST 3층 매장에서만 만나볼 수 있다.
문의 02-6905-3519



플로라 유니버스
구찌 뷰티가 시그너처 제품인 '루즈 드 보떼 브리양'과 '블러시 드 보떼'에 화사한 '플로라 패턴'을 더했다. 리미티드 에디션으로 오는 11월 3일에 선보인다.
문의 080-850-0708



Special Line
자코모가 '르블랑 젠위브패브릭 소파'를 출시했다. 둥그스름한 디자인과 테두리의 네이비 파이핑 라인이 특징으로, 레트로풍 공간을 연출할 수 있다.
문의 1588-6007



Infinity Symbol
무한함과 영원함을 상징하는 프레드의 '샹스 인피니' 주얼리 컬렉션. 인피니티 기호를 유려한 곡선으로 재해석한 리본 모티프 디자인이 우아하다.
문의 02-3213-2257



Office Trend
베이셀이 9가지 컬러의 오피스 체어 '트렌디'를 출시했다. 등받이부터 바퀴까지 풀 컬러로, 편안하면서도 개성 있는 의자를 찾는 사람에게 추천한다.
문의 1522-2771



Time to Change
오메가의 아이코닉한 워치 컬렉션 '컨스텔레이션'이 변화를 맞이했다. 폴리싱 처리된 스틸 케이스와 브레이슬릿을 갖춘 8가지 버전의 워치를 추가한 것.
문의 02-3213-2255





향수로 즐기는 커피
사브리나 카펜터의 히트 곡 'Espresso'에서 영감받은 '미 에스프레소 오 드 퍼퓸'. 커피, 코코아, 바닐라 향이 어우러져 달콤한 커피를 마신 듯 향긋하다.
문의 080-363-5454

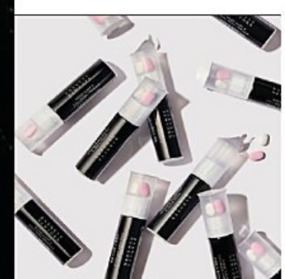


Grand Open
마르코 비체고가 갤러리아백화점 명품관 EAST에 부티크를 오픈했다. 이탈리아 금세공의 장인정신을 담은 주얼리를 경험하고 싶다면 방문해보길.
문의 02-6905-3312



상쾌한 우디 향수
무겁지 않은 우디 향을 찾는다면 딥티크 '라줄리오 오 드 퍼퓸'을 추천한다. 포근한 나무 향에 루바브 줄기의 새콤함이 더해진 독특한 대비가 인상적이다.
문의 02-3446-7494

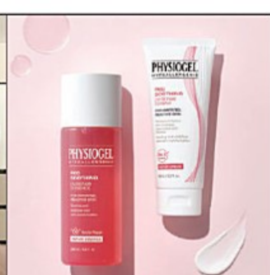
Powerful Energy
에이셉 라키의 대담한 모습이 투영된 '몽클레르×에이셉 라키' 컬렉션. 서울 플래그십 스토어와 신세계백화점 센텀시티점에서만 구매 가능하다.
문의 070-4769-4292



Good-night Routine
바니스뉴욕 뷰티가 '굿슬립 콜라겐 앰플'을 선보인다. 락티움과 마그네슘이 균형 있게 함유되었고, 매일 섭취해도 부담없다.
문의 1644-3456



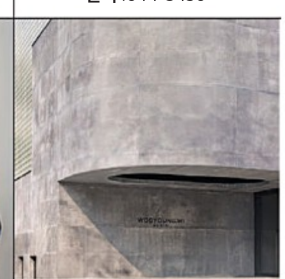
가전도 취향대로
삼성전자가 가전 구매 고객을 대상으로 리폼 서비스를 시작한다. 상담부터 시공까지 평균 7일 이내에 이루어지며 다양한 맞춤형 옵션을 제공한다.
문의 1588-3366



피부 장벽 레벨업
피지오겔 '레드 수딩 AI 리페어 에센스'와 '레드 수딩 AI 리페어 크림'은 피부 장벽을 개선해 외부 자극으로부터 스스로 보호하는 힘을 강화한다.
문의 080-023-7007



Forever Legend
브레라 미술관에서 열린 조르지오 아르마니 2026 S/S 쇼. 아르마니가 타계 전 작업한 마지막 컬렉션으로 그의 스타일 철학을 고스란히 느낄 수 있었다.
문의 02-514-5326



New Landmark
우영미가 이태원에 단독 플래그십 스토어를 오픈한다. 건축팀 '스토커 리 아키테티'가 설계를 진행했으며, 견고한 콘크리트 외관이 눈길을 끈다.
문의 1833-4868

에디터/ 김경후 어시스턴트/ 정지윤, 장서진 디자인/ 이진미

GEMINI

쌍둥이자리(5월 21일~6월 21일)

모험심이 살아난다. 사랑이든 일이든, 심장이 뛰는 선택이 당신을 성장시키니까. 억눌러왔던 감정을 솔직히 드러낼수록 기회는 가까워진다.

LUCKY ACTION 낡은 가방을 보내줄 때. 짐을 욱여넣기 좋은 새 에코 백을 마련하자.

CANCER

게자리(6월 22일~7월 22일)

이미 일어난 사건 자체보다 당신이 느낀 감정이 더 중요하다. 세심히 들여다보면 새로운 진실에 닿게 되고, 그 안에서 배움을 얻는다.

LUCKY ACTION 음식을 직접 만들어 가족과 함께 나눠 먹자.

LEO

사자자리(7월 23일~8월 22일)

배움이 행운을 부른다. 외국어나 자격증처럼 새로운 세계와 이어지는 공부가 삶의 폭을 넓힌다. 초대받는 일이 많아지지만 억지로 가지 말고 마음이 이끄는 선택을 고를 것.

LUCKY ACTION 집 앞, 익숙한 상점에서 쇼핑해보자. 금전운이 올라간다.

VIRGO

처녀자리(8월 23일~9월 23일)

비교 속에서 오히려 나를 새롭게 발견하는 시기다. '내 안에 이런 면도 있었구나' 하는 깨달음이 자신감을 키운다. 감성을 자극하는 예술과 문화를 가까이 할수록 시야가 넓어진다.

LUCKY ACTION 명함이나 SNS 프로필을 새로 정리하자. 좋은 인연이 들어온다.

LIBRA

천칭자리(9월 24일~10월 22일)

운이 정체기를 벗어나 빠르게 움직이기 시작한다. 망설임을 접고 한번 해보자는 마음으로 나아갈 때, 성장의 기회가 열린다. 예측 불가능한 경험이야말로 당신의 강인함을 깨운다.

LUCKY ACTION 자연이 있는 공원을 산책하며 균형을 되찾자.



블루 다이얼에 수공 기요셰 기법으로 전갈 모티프를 새기고, 이를 강조하기 위해 베젤과 크라운, 러그에 블루 사파이어를 세팅한 '메티에다르 트리뷰트 투 더 셀레스티얼' 시계는 Vacheron Constantin.

SCORPIO

전갈자리(10월 23일~11월 22일)

뜻밖의 인연이 연결되는 시기다. 직장 밖 활동이나 취미, 지역 커뮤니티 속에서 신선한 변화가 찾아온다. 관계 정체기의 끝이자 새로운 시작의 문턱에 서 있다.

LUCKY ACTION 같은 취미를 가진 사람들과 함께하면 인생관이 깊어진다.

SAGITTARIUS

사수자리(11월 23일~12월 24일)

일상 속 작은 변화가 행운의 신호가 된다. 망가진 물건이나 예상치 못한 사건이 새로운 전환점이 될 수도 있다. 어려울 때 손을 내미는 사람, 그 인연이 가장 큰 자산이다.

LUCKY ACTION 봉사활동에 참여해보라. 마음의 시야가 넓어진다.

CAPRICORN

염소자리(12월 25일~1월 19일)

노력이 인정받는 시기다. 부담이 크더라도 조언을 주는 이들의 도움 속에서 새로운 힘을 얻는다. 틀을 깨는 아이디어가 미래의 문을 연다.

LUCKY ACTION 해외 영화나 책에서 뜻밖의 자극을 받아보자.

AQUARIUS

물병자리(1월 20일~2월 18일)

과거의 인연이 다시 찾아오며 마음이 흔들릴 수 있다. 감정에 휘둘리기보다 스스로에게 솔직해질 것. 일에서는 주저하지 말고 의견을 명확히 밝히자. 그 단호함이 곧 신뢰로 이어진다.

LUCKY ACTION 다이어리로 일정을 관리해 미래의 불안을 다스리자.

PISCES

물고기자리(2월 19일~3월 20일)

갈림길에 서 있다. 앞으로 나아가기 위해선 내려놓음이 필요하다. 시련이라 여겼던 일이 도약의 발판이 되며, 두려움을 덜어내야 새로운 미래가 열린다.

LUCKY ACTION 잠들기 전 명상을 습관화하라. 직관이 선명해진다.

ARIES

양자리(3월 21일~4월 19일)

이별을 통해 생각이 새로워지는 시기. 후회보다 '그 선택이 있었기에 지금의 내가 있다'는 마음가짐이 필요하다. 정답을 맞히려 애쓰기보다 서로의 이야기에 귀 기울일 때 관계가 단단해진다.

LUCKY ACTION 댄스나 스포츠처럼 함께 움직이는 활동이 좋은 기운을 불러온다.

TAURUS

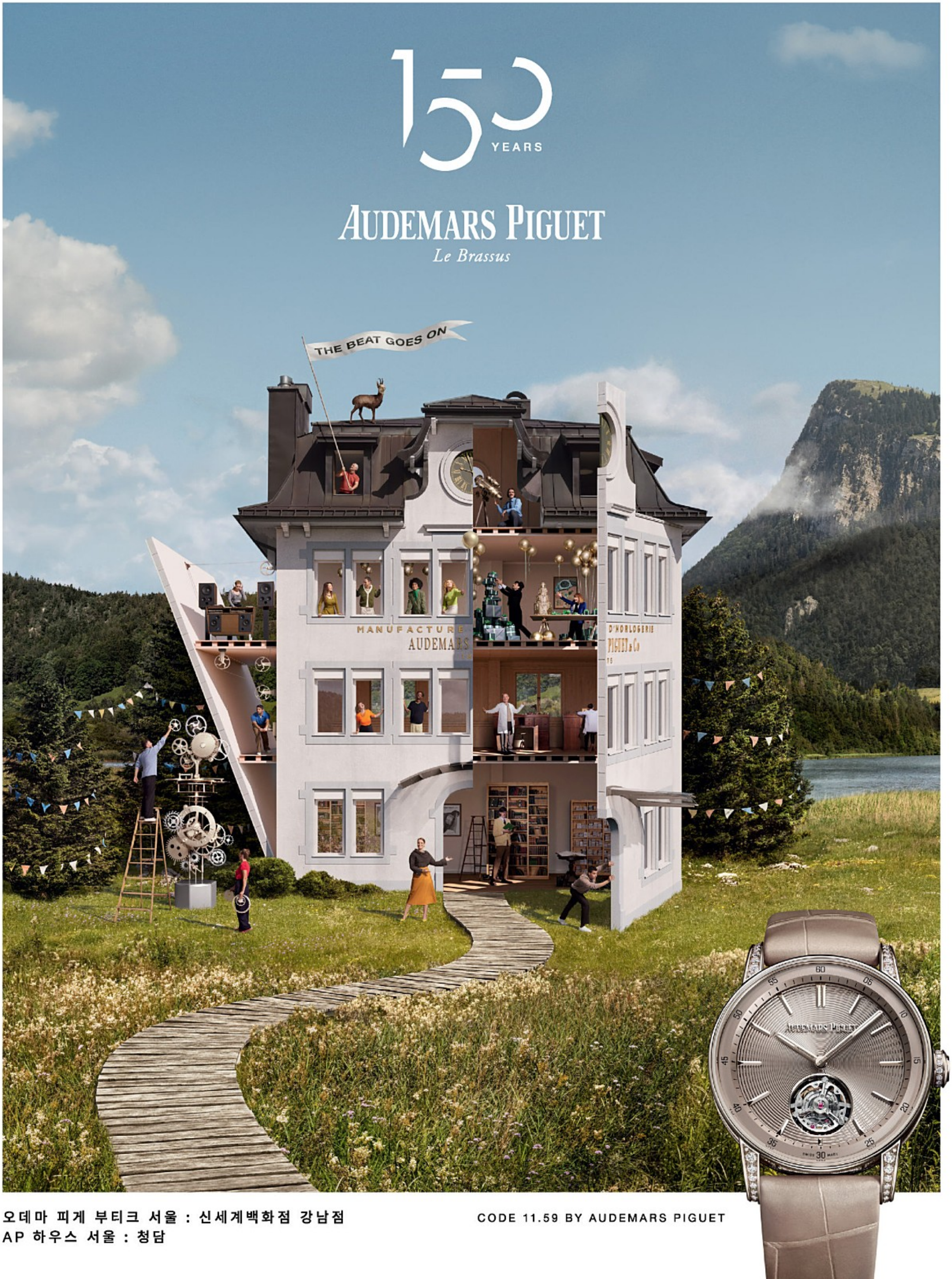
황소자리(4월 20일~5월 20일)

조용히 누군가를 지지하는 일이 많아진다. 작은 배려가 큰 신뢰로 이어지지만, '왜 늘 나일까?'라는 생각이 들 땐 선을 그어야 한다. 부드럽되 분명한 태도가 관계를 건강하게 만든다.

LUCKY ACTION 잡곡밥으로 식단을 바꾸면 몸과 마음이 한결 편안해진다.

점술사/ Love Me Do 번역/ 김미진 에디터/ 윤혜연 사진/ © Vacheron Constantin 디자인/ 이진미


CITY FORESTIVAL
시포레
CITY FORESTIVAL
CITY FORESTIVAL
2025.10.25.토 • 9:00AM - 8:30PM • 한강 노들섬
주최 | HLL 주관 | ELLE COSMOPOLITAN BAZAAR Esquire studio닷. THE MAX company 예매처 | NAVER
후원 | OVERTHE EIDER TERRA Light NU SKIN. d'Alba Cetaphil. Tetra Pak plant.by.seed. ABC-MART GRAND STAGE goodal SHOKZ Balboa


150 YEARS
AUDEMARS PIGUET
Le Brassus
THE BEAT GOES ON
MANUFACTURE
AUDEMARS
D'HORLOGERIE
PIGUET & Co